

**Pengembangan Industri Kuliner
Pada Usaha Bawang Goreng di Medan Crispy
22**

Oleh:

Tio Astri Aulia Matondang

NIM : 51143148

Program Studi

EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

ABSTRAKSI

Skripsi yang berjudul “PENGEMBANGAN INDUSTRI KULINER PADA USAHA BAWANG GORENG DI MEDAN CRISPY 22” yang di bawah bimbingan Dr. Sri Sudiarti, MA (selaku Pembimbing I) dan Muhammad Arif, MA (selaku Pembimbing II).

Penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya persaingan bisnis pengelolaan bawang goreng rumahan yang berada di Medan. Persaingan bawang goreng rumahan yang semakin ketat akhir-akhir ini membawa pengaruh bagi usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22. Semakin banyaknya pilihan konsumen terhadap bawang goreng yang dikelola masyarakat di kota Medan, membuat konsumen semakin bebas menentukan bawang goreng mana yang sesuai dengan selera dan yang bisa memenuhi kebutuhan. Hal ini membuat para pelaku bisnis bawang goreng yang ada di Medan berlomba-lomba memberikan produk yang berkualitas terbaik. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba meneliti pengembangan industri kuliner terhadap produk bawang goreng di Medan Crispy 22 sehingga bisnis usahanya dapat bertahan sampai sekarang dan terus mengalami kenaikan dalam penjualannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui prospek pengembangan Bawang Goreng di Medan Crispy 22, faktor penghambat, serta pengaruh usaha ini terhadap pendapatan ekonomi masyarakat muslim sekitarnya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan pemilik usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, karyawan di Medan Crispy 22, masyarakat sekitar serta konsumen usaha Bawang Goreng ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian merupakan perpaduan antara penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yakni penelitian yang mengumpulkan data-data di lapangan. Dari penelitian ini dihasilkan beberapa temuan bahwa usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22 terus mengalami peningkatan dalam penjualannya dengan melakukan strategi pemasaran dan memiliki prospek usaha yang baik untuk tetap dapat bertahan. Usaha ini merupakan kegiatan yang dijalani dengan beberapa faktor penghambat salah satunya yaitu, keterbatasan bahan baku, dimana bahan bakunya didapat melalui pengepul bukan petani bawangnya langsung. Meskipun dengan segala keterbatasan dan kendala yang dihadapi, keberadaan usaha ini mampu membangun perekonomian masyarakat muslim sekitarnya.

Kata Kunci: Pengembangan usaha, Industri kuliner, dan Bawang goreng.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahim,

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam yang menguasai seluruh alam jagat raya serta hari pembalasan. Berkat rahmat dan hidayahNya lah serta petunjuknya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengembangan Industri Kuliner Pada Usaha Bawang Goreng di Medan Crispy 22”**. Shalawat dan salam senantiasa penulis haturkan atas junjungan Nabi Muhammad SAW semoga kita kelak memperoleh syafaatnya di yaumil akhir.

Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan akademis untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Ekonomi Islam Konsentrasi Ekonomi Perbankan Syariah di UIN Sumatera Utara Medan.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang terhebat dan istimewa dalam hidup penulis yaitu ayahanda tercinta **Satri Matondang, MA** dan ibunda tersayang **Herlina Pakpahan** yang senantiasa selalu memberikan semangat, kasih sayang, pengorbanan dan do'a yang tulus. Adik tersayang **Rio Ahmad Al-Fikri Matondang** dan **Dio Ahmad Al-Farisy Matondang** yang selalu membawa keceriaan dan memberikan canda tawa serta senantiasa mendo'akan penulis dalam masa perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Skripsi ini adalah sebuah karya yang disusun penulis berkat kerja keras dan bantuan dari pihak-pihak yang terkait. Maka dengan kerendahan hati dan ketulusan jiwa penulis ingin menghanturkan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

2. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Ibu Dr. Marliyah, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Sri Sudiarti, MA selaku Pembimbing Skripsi I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana diharapkan.
5. Bapak Muhammad Arif , MA selaku Pembimbing Skripsi II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana diharapkan.
6. Kepada pemilik usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22 Bapak Koad Chamdi yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk memperoleh data penelitian pada penulisan skripsi ini.
7. Seluruh staf pengajar dan pegawai lingkungan jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara atas segala didikan dan bantuannya selama masa perkuliahan.
8. Keluarga besar saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, terima kasih atas dukungannya.
9. Sahabat lama ku Elsa Fazira yang selalu bersedia mendengarkan seluruh keluh kesah selama ini dan memberikan semangat, dukungan, motivasi serta masukan. Semoga persahabatan ini akan terus terjalin dan kita semua sukses dan berhasil. Amin.
10. Sahabat satu PA ku Sri Ayu Jenawati yang selalu menemani dan mendukung dari mulai Proposal sampai menyelesaikan skripsi ini. Semoga persahabatan ini akan terus terjalin dan kita semua sukses dan berhasil. Amin.
11. Sahabatku Hati Nurdewi (Nurjannah Harum, Widy Milna Lestari, Devy Aprianti, dan Hariani Hasibuan) yang selalu memberikan semangat dan mendo'akan penulis selama masa perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini. Semoga persahabatan ini akan terus terjalin dan kita semua sukses dan berhasil. Amin.

12. Teman-temanku Ekonomi Pebankan Syariah C Stambuk 2014, Zulfa Aliyah, Ayu Apriani, Elsy Mawaddah, Siti Zulaikha dan teman kelas lainnya yang selalu memberikan semangat dan mendo'akan penulis selama masa perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini. Semoga persahabatan ini akan terus terjalin dan kita semua sukses dan berhasil. Amin.
13. Family KKN 45 yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama ini. Semoga persahabatan ini akan terus terjalin dan kita semua sukses dan berhasil. Amin.
14. Sahabat MAN ku Thalita Syafira, Ramadhani, Riza Nurhalimah, Arif Sandi, dan Muhammad Azmi yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama ini. Semoga persahabatan ini akan terus terjalin dan kita semua sukses dan berhasil. Amin.
15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis memohon semoga Allah SWT dapat memberikan balasan yang terbaik atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini mungkin jauh dari sempurna, maka untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun supaya dapat membuat skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk mengembangkan keilmuan dimasa yang akan datang.

Medan, 13 November 2018

Penulis

Tio Astri Aulia Matondang

Nim. 51143148

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tio Astri Aulia Matondang
NIM : 51143148
Tempat/tgl. Lahir : Medan, 13 November 1996
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Jl. A. R. Hakim gg. Kolam no:14 Medan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGEMBANGAN INDUSTRI KULINER PADA USAHA BAWANG GORENG DI MEDAN CRISPY 22”** benar hasil karya saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 29 November 2018

Yang membuat pernyataan

Tio Astri Aulia Matondang

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
ABSTRAKSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat	6
D. Batasan istilah	7
E. Kajian Terdahulu	7
F. Metodologi Penelitian	8
1. Pendekatan Penelitian	8
2. Lokasi Penelitian	9
3. Waktu Penelitian	9
4. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	9
5. Analisis Data	10
G. Sistematika Pembahasan	11

BAB II KAJIAN TEORI

A. Pengembangan Usaha	13
1. Defenisi Pengembangan Usaha	13
2. Tahapan Pengembangan Usaha	15
3. Teknik Pengembangan Usaha	16
4. Indikator Pengembangan Usaha	17
5. Pengembangan Usaha dalam Ekonomi Islam	18

B. Industri	22
1. Defenisi Industri	22
2. Jenis-jenis Industri Berdasarkan Klarifikasi atau Penjenisannya.	23
3. Jenis Industri Berdasarkan Tempat Bahan Baku	23
4. Indikator Industri	24
5. Industri dalam Ekonomi Islam	24
C. Kuliner	25
1. Defenisi Kuliner	25
2. Ruang Lingkup Kuliner	27
3. Fase Pertumbuhan Kuliner Indonesia	28
4. Sejarah Kuliner Indonesia	29
5. Kuliner dalam Islam	31
D. Bawang Goreng	36
1. Defenisi Bawang Goreng	36
2. Sejarah Bawang Merah	37
3. Ciri-ciri Bawang Merah	37
4. Manfaat Bawang Merah	38
5. Khasiat Bawang Merah untuk Rambut	40

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan	42
B. Tujuan Perusahaan	43
C. Visi dan Misi	44
D. Modal Awal dan Produk yang Dijual	44
E. Struktur Organisasi	45

BAB IV TEMUAN PENELITIAN

A. Prospek Pengembangan Usaha Bawang Goreng di Medan Crispy 22	47
B. Faktor-faktor Penghambat dalam Pengembangan Usaha Bawang Goreng di Medan Crispy 22	52

C. Pengaruh Usaha Bawang Goreng Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakat Muslim Sekitar	56
D. Pemasaran Usaha Bawang Goreng Berdasarkan Perspektif Islam ..	61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Potensi usaha Bawang Goreng di Medan Crispy 22	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Industri kuliner di Indonesia merupakan sektor yang sangat strategi bagi perkembangan ekonomi di Indonesia. Dalam perkembangan bahasa kuliner dikenal sebagai salah satu sebutan untuk makanan ciri khas suatu daerah, namun seiring berkembang zaman, kuliner memang tetap diartikan sebagai macam ragam makanan namun dewasa ini mulai berkembang dengan kreatifitas yang meluas untuk menciptakan ide-ide baru yang dapat dituangkan dalam berbagai masakan.

Kuliner bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata, namun sudah menjadi gaya hidup yang baru di kalangan masyarakat. Pertumbuhan industri kuliner kreatif sangat berkembang pesat, semakin kreatif, inovatif, dan diminati oleh masyarakat. Hal ini dinyatakan dengan keterangan data dan Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia mencapai angka 8% pada tahun 2012, sedangkan pada tahun 2013 meningkat 13%¹. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan kuliner sangat banyak diminati oleh masyarakat Indonesia.

Kota Medan merupakan salah satu daerah yang merupakan kota industri yang sangat potensial untuk berbisnis dalam segala bidang. Salah satu diantaranya adalah bisnis kuliner yang sangat berkembang pesat. Kota Medan saat ini kota yang memiliki industri makanan dan kuliner terbanyak pada tahun 2016 yaitu 697 industri.² Sebagai sektor industri yang memiliki prospek bagus untuk dikembangkan dibutuhkan ide-ide kreatif dari para pelaku industri kuliner untuk bisa bersaing dengan para pesaing dibidang kuliner tersebut.

¹ BPS (Badan Pusat Statistik

² <http://www.pemkoMedan.go.id/infodata.php>. Diakses pada 10 Juni 2018.

Bawang goreng memiliki aromanya yang menyengat, rasanya yang gurih ini biasa ditaburkan di sup, bakso, dan aneka makanan lainnya untuk menambah nikmat cita rasa masakan serta memberi aroma khas yang sedap. Untuk beberapa jenis makanan bahkan taburan bawang goreng menjadi menu wajib agar rasa makanan menjadi sempurna. Namun siapa sangka kalau bawang goreng yang berfungsi sebagai pelengkap masakan ini ternyata bisa menghasilkan penghasilan yang sangat besar.

Bapak Koad Chamdi adalah pemilik dari usaha Bawang goreng ini yang diberi nama “Medan Crispy 22”. Ini bukan merupakan usaha pertamanya, sudah beberapa kali gagal dalam usahanya, namun itu tidak menyurutkan niat dan usahanya dalam mengembangkan bisnis yang digelutinya. Namun kini ia mampu membuktikan bahwa bisnis yang terlihat sepele oleh orang lain tetapi ternyata bisa menjadi bisnis yang bisa menghasilkan pendapatan yang luar biasa apabila dilakoni dengan sungguh-sungguh dan profesional serta semangat yang pantang menyerah.

Bapak Koad Chamdi memulai bisnis kuliner kemasan ini dari mulai tahun 2007 tapi pada saat itu dia memproduksi keripik buah, mulai dari nangka, nenas hingga salak. Ini dilakukannya setelah ia di PHK dari pabrik Pupuk di Aceh. Seiring dengan berjalannya waktu ia pun melakukan inovasi dengan membuat bawang goreng kemasan dengan menggunakan bawang Samosir bukan menggunakan bawang Jawa ataupun bawang India karena kualitasnya tidak bagus kalau dijadikan bawang goreng.

Awalnya ia sering memperhatikan dan melihat semua penjual bakso menggunakan bawang goreng siap saji, begitu juga kalangan rumah tangga lainnya. Sehingga membuat bapak Koad Chamdi terinspirasi untuk membuat usaha bawang goreng. Tanpa disangka ternyata respon pasarnya sangat positif. Pelanggan pertamanya tentu saja para penjual bakso dan ibu rumah tangga. Karena respon pasarnya sangat positif Bapak Koad Chamdi membuat inovasi rasa terhadap bawang gorengnya, yang awalnya hanya rasa original kemudian berinovasi menjadi rasa pedas, teri, dan bawang goreng abon udang.

Bapak Koad tidak hanya mencari laba saja, dia juga membuka lapangan kerja bagi warga sekitar komplek terutama ibu-ibu rumah tangga

sekitar untuk menjadi bagian dari bisnis bawang goreng ini dengan melakukan pengupasan bawang merah. Sehingga banyak ibu-ibu sekitar yang sudah tidak menganggur lagi. Sekitar ada 15 orang ibu-ibu sekitar yang diperkerjakan. Untuk pengupasan bawang goreng bisa dikerjakan di rumah masing-masing setelah selesai baru diantar kerumah Pak Koad untuk diproses lebih lanjut. Ia mengaku ciri khas Medan Crispy 22 adalah olahan bawang goreng yang mengedepankan moto keselamatan, kesehatan, dan kualitas. Selain itu, ia juga menggunakan produk dengan bahan baku lokal asli Sumatera Utara yaitu dengan menggunakan bahan baku bawang dari Samosir bukan bawang impor.

Bawang yang digunakan dalam usaha ini adalah bawang dari Dairi, Tongging, Silalahi, dan Paropo. Bapak Koad mengambil bawang dari daerah tadi selain memiliki kualitas yang baik tetapi juga ingin mengangkat kearifan lokal. Tetapi dalam memperoleh bahan baku Bapak Koad mengaku masih mendapatkan nya dari para pengepul bukan dari petani bawangnya langsung. Inilah yang salah satu menjadi kendalanya, karena disaat harga bawang melunjak naik maka harga beli dari pengepul juga naik tidak karuan.

Saat ini, produk Medan Crispy 22 ini sudah dipasarkan ke Solo, Bandung, Jakarta, Papua ke Balikpapan dan Sumatera sekitarnya, Aceh, Pekanbaru. Untuk di Medan produk ini sudah masuk hotel-hotel, pasar-pasar modern, Carefour, Brastagi Supermarket, Maju Bersama, Suzuya, dan juga ini sudah menjadi salah satu pilihan untuk oleh-oleh Medan. Dalam membangun usaha ini Koad mengaku mengeluarkan modal sekitar Rp. 30 juta, yang lebih banyak keluar untuk membeli peralatan penggorengan. Tapi, usaha ini tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mencapai kata balik modal. Koad hanya butuh waktu 5 bulan untuk balik modal dan bulan berikutnya meraup keuntungan. Saat ini omset dan usaha bawang goreng kemasan miliknya dia dapat menghasilkan omset Rp. 50 juta sampai Rp. 70 juta.

Setiap bulannya, Bapak Koad menghabiskan 4 ton bawang merah Samosir, 2 ton teri dan udang. Untuk bawang goreng original, dalam setiap satu kilogram bawang mentah bisa menghasilkan 250 gram bawang goreng kemasan. Untuk perharinya, ia harus menyediakan kemasan tiga set (500

gram, 100 gram, dan toples). Untuk yang ukuran 100 gram masing-masing 300 toples per hari. Kalau ukuran 500 gram bisa 200 pack per hari, dan untuk ukuran 100 gram plastik bisa sampai seribuan bungkus per 14 hari.

Industri bawang goreng 'Medan Crispy 22' ini beralamat di Jahn Anugerah VII/II Komplek Cemara Abadi Sampali Percut Sei Tuan Deli Serdang, Sumatera Utara.

Dari sudut pandang produsen, kreativitas untuk mengembangkan usaha kuliner dengan inovasi yang berkembang juga memiliki landasan Islami. Allah SWT memerintahkan manusia agar berpikir dan berusaha. Dalam arti agar manusia berpikir kreatif dalam setiap persoalan yang dialami. Termasuk berpikir alam upaya mengembangkan bisnis yang dijalankan, sebab tanpa upaya dan usaha dari manusia perubahan tidak akan terjadi. Sesuai dengan ayat:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ۚ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۚ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya: “Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”(Q.S. Ar-Ra'd: 11)³

Perdagangan dalam Islam bukan hanya mencari keuntungan semata tetapi juga dihubungkan dengan nilai-nilai moral, sehingga kita tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperdulikan keadaan pembeli. Islam menyatakan sikap bahwa tidak boleh ada hambatan bagi perdagangan dan bisnis yang seharusnya adalah bisnis yang halal dan jujur sesuai dengan etika berbisnis dalam Islam agar setiap orang memperoleh penghasilan, menafkahi keluarga, dan memberi sedekah kepada mereka yang

³ Departement Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Penerbit Diponegoro, 2011), h.250.

kurang beruntung. Sebagaimana dalam Islam yang mengatur dan mempengaruhi semua bidang kehidupan lainnya. Islam mewajibkan para pengusaha untuk berbuat adil, jujur, dan amanah demi terciptanya kebahagiaan manusia (*falah*) dan kehidupan yang baik yang sangat menekankan aspek persaudaraan, keadilan, sosial, ekonomi, dan pemenuhan aspek spiritual umat manusia.

Rasulullah saw adalah pebisnis yang jujur dan adil dalam membuat perjanjian bisnis. Ia tidak pernah membuat para pelanggan mengeluh. Beliau sering menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang dipesan dengan tepat waktu. Rasulullah saw pun senantiasa menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dan integritas yang tinggi dalam berbisnis. Dengan kata lain, beliau melaksanakan prinsip manajemen bisnis modern yaitu kepuasan pelanggan, pelayanan yang unggul, kemampuan, efisiensi, transparan, persaingan yang sehat dan kompetitif. Persaingan yang positif dan kompetitif yang dilengkapi dengan daya saing yang tinggi seperti daya saing harga, daya saing kualitas, daya saing pemasaran, dan daya saing jaringan kerja menjadi pendorong bagi perindustrian yang sudah lama berdiri maupun yang baru bermunculan untuk menguasai pasar. Untuk menguasai pasar perusahaan wajib memiliki produk yang berkualitas untuk menunjang kemajuan perusahaan serta menciptakan produk-produk baru yang berkualitas.⁴

Dari apa yang dipaparkan diatas maka peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut, dengan mengangkat judul **“Pengembangan Industri Kuliner Pada Usaha Bawang Goreng di Medan Crispy 22”**.

B. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana prospek pengembangan industri kuliner bawang goreng di Medan Crispy 22 ?

⁴ Latifa M. Algaoud dan Mervyn, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta 2005), h. 45.

2. Apa saja faktor-faktor penghambat dalam pengembangan industry kuliner bawang goreng di Medan Crispy 22 ?
3. Bagaimana pengaruh usaha bawang goreng ini terhadap pendapatan ekonomi masyarakat muslim sekitar ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.

1. Tujuan.

Adapun tujuan penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah, yaitu untuk mengetahui:

- a. Untuk mengetahui prospek pengembangan industri kuliner bawang goreng di Medan Crispy 22.
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor penghambat pengembangan usaha industri kuliner bawang goreng di Medan Crispy 22.
- c. Untuk mengetahui pengaruh usaha bawang goreng ini terhadap pendapatan masyarakat sekitar terutama masyarakat muslim sekitar.

2. Manfaat

Adapun kegunaan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah:

- a. Bagi Akademis
 Penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan ilmu bagi civitas akademik pendidikan, khususnya tentang pengembangan usaha dalam meningkatkan penjualan.
- b. Bagi perusahaan
 Memberikan saran dan masukan, khususnya dalam hal pengembangan usaha dalam meningkatkan penjualan.
- c. Bagi peneliti
 Menambah wawasan pengetahuan tentang pengembangan usaha dalam meningkatkan penjualan dan mengerti secara lebih baik tentang pengembangan usaha secara teoritis maupun empiris.
- d. Bagi masyarakat
 Diharapkan bahwa hasil penelitian ini mampu menjadi sebuah referensi bagi masyarakat yang ingin mengembangkan usahanya, atau bagi pelaku usaha yang baru ingin memulai usahanya.

D. Batasan Istilah.

Banyak sekali hal yang dapat digali dan dipaparkan tentang industri kuliner. Untuk memudahkan dan menghindari kesalahan dalam penelitian, perlu adanya batasan yang jelas mengenai istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka diperlukan definisi yang lebih spesifik, yaitu:

1. Pengembangan menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah perusahaan yang melakukan kegiatan pengadaan atau aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan keuntungan sebuah perusahaan.⁵
2. Industri menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misalnya mesin.⁶
3. Kuliner menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah hasil olahan yang berupa masakan berupa lauk- pauk, panganan maupun minuman.⁷

E. Kajian Terdahulu.

Sebagai bahan perbandingan, dalam penelitian ini penulis mencantumkan hasil-hasil kajian atau penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Tujuan mencantumkan kajian terdahulu adalah untuk menunjukkan penelitian yang dilakukan apakah memiliki persamaan, perbedaan sehingga akan lebih menjelaskan posisi permasalahan yang akan diteliti.

1. Penelitian Yoga Rike Meysiana dengan judul skripsi “Strategi Pengembangan Industri Kecil Tahu di Kecamatan Sragen Kabupaten Sragen”. Skripsi ini membahas tentang strategi yang dilakukan untuk mengembangkan industri kecil Tahu di Kecamatan Sragen Kabupaten Sragen.⁸

⁵ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2003), h.350.

⁶ *Ibid*, h.282.

⁷ *Ibid.*, h.376.

⁸ Yoga Rike, *Strategi Pengembangan Industri Kecil Tahu di Kecamatan Sragen Kabupaten Sragen*.

2. Penelitian Purnomo Abri dengan judul skripsi “Analisa Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong”. Skripsi ini membahas tentang analisa kelayakan dan strategi pengembangan usaha yang ditujukan ke Usaha Ternak Sapi Potong di Desa Jati Kesuma, Kecamatan Namo Rambe, Kabupaten Deli Serdang.⁹
3. Penelitian Wahyuniarso dengan judul skripsi “Strategi Pengembangan Industri Kecil. Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang”. Skripsi ini membahas tentang strategi yang dilakukan untuk mengembangkan industri kecil keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep, Semarang.¹⁰

F. Metodologi Penelitian.

1. Pendekatan Penelitian.

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan penulis adalah pendekatan yang bersifat kualitatif dan merupakan penelitian lapangan. Selanjutnya didefinisikan bahwa metodologi kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dengan kekhasannya sendiri.¹¹ Dengan memahami dan memberi tafsiran pada fenomena yang ada. Abdul Aziz mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai berikut:

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya persepsi, perilaku, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistic dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam suatu konteks

⁹ Purnomo Abri, *Analisa Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong*.

¹⁰ Wahyuniarso, *Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang*.

¹¹ Krik,J dan Miller, M.L, *Reliability and Validity in Qualitative Research*, (Beverly Hills:Sage Publications,1986), h.9. Lihat juga Lexy J Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung Remaja Rosda Karya,cet 31, 2013), h.2.

khusus alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode yang alamiah.¹²

Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivistik. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.¹³

2. Lokasi Penelitian.

Penelitian ini ditujukan pada usaha Bawang Goreng di Medan Crispy 22 yang lokasinya beralamat di Jalan Anugerah VII/II Komplek Cemara Abadi Sampali Percut Sei Tuan Deli Serdang, Sumatera Utara.

3. Waktu Penelitian.

Waktu penelitian ini adalah mulai dari tanggal 09 Oktober 2018 sampai dengan 13 Oktober 2018.

4. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.

Dalam penelitian ini untuk membantu pengumpulan data maka penelitian menggunakan beberapa metode di antaranya sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi yaitu proses pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan atau pencatatan serta sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diteliti.¹⁴ Metode ini digunakan untuk pengumpulan data langsung dari lapangan dan mengidentifikasi tempat yang hendak akan diteliti. Peneliti menggunakan observasi partisipatif yaitu observasi dengan penelitian terlibat langsung dalam kegiatannya untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih lengkap dan nyata.

¹² Abdul Aziz dan Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada, edisi pertama, 2005), h.10.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, cet 10,2010), h.21.

b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dalam bentuk wawancara atau tanya jawab dengan pihak yang bersangkutan. Sistematika wawancara dilandaskan dengan tujuan peneliti.¹⁵ Wawancara dilakukan dengan pemilik dan karyawan Bawang Goreng di Medan Crispy 22 di Jalan Anugerah VII/II Komplek Cemara Abadi Sampali Percut Sei Tuan Deli Serdang, Sumatera Utara. Guna untuk mencari data atau informasi yang diinginkan sesuai dengan judul penelitian ini.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data melalui penyelidikan terhadap benda-benda seperti buku majalah, dokumen, agenda, dan lain-lain. Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang telah didokumentasikan antara lain: data tentang sejarah perusahaan, visi misi perusahaan, dan lain-lain.

5. Analisis Data.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yaitu penyajian data dalam bentuk tulisan dan menerangkan apa adanya sesuai keperluan data dari hasil penelitian yang kemudian dilakukan analisis. Analisis data yang dilakukan bersifat manual. Jadi dalam penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan segala sesuatu tentang Pengembangan Industri Kuliner pada usaha Bawang Goreng di Medan Crispy 22.

Alat analisis data pada penelitian ini adalah analisa data deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif yaitu penyajian data dalam bentuk tulisan dan menerangkan apa adanya sesuai dengan data yang diperoleh dari hasil penelitian.

Tahapan-tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data, yaitu data yang dikumpulkan berasal dari observasi, wawancara dan studi dokumentasi.

¹⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar,2010), h.136.

- b. Mengklarifikasi materi data, langkah ini digunakan untuk memilih data-data yang dapat dilakukan dengan mengelompokkan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan studi dokumentasi.
- c. Pengeditan, yaitu melakukan penelaahan terhadap data yang terkumpul melalui teknik-teknik yang digunakan kemudian dilakukan penelitian atau pemeriksaan kebenaran serta perbaikan apabila terdapat kesalahan sehingga mempermudah proses penelitian lebih lanjut.
- d. Menyajikan data, yaitu data yang telah ada dideskripsikan secara verbal kemudian diberikan penjelasan dan uraian berdasarkan pemikiran yang logis, serta memberikan argumentasi dan dapat ditarik kesimpulan.¹⁶

G. Sistematika Pembahasan.

Dalam penyusunan penulisan skripsi ini, akan di bahas berbagai hal yang berkaitan dengan isi dan skripsi ini, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan istilah, kajian terdahulu, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang akan di teliti, yaitu landasan teori yang meliputi pengembangan usaha bisnis.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan, mulai dari nama usaha, alamat, sejarah singkat perusahaan, visi dan tujuan perusahaan, serta modal awal produk yang dijual.

¹⁵ Sutrisno Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1989), h.4

BAB IV : TEMUAN PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang deskripsi data penelitian, pembahasan basil penelitian, dan analisa penulis.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang dapat dijadikan pedoman untuk organisasi dan penelitian yang akan datang.

¹⁶ Haris Herdiansya, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h.48.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Pengembangan Usaha.

1. Defenisi Pengembangan Usaha.

Pengembangan Usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari pertumbuhan usaha. Sedangkan untuk usaha yang besar terutama di bidang teknologi industri pengembangan usaha adalah istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan pengelola hubungan strategic dan aliansi dengan yang lain.¹⁷

Ada beberapa defenisi pengembangan usaha menurut para ahli, diantaranya yaitu:

1) Mahmud Mach Foedz

Pengembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan inemproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.¹⁸

2) Brown dan Petrello

Pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut sambil memperoleh laba.¹⁹

¹⁷ A. Jalaluddin Sayuti, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Alfabeta, 2007), h.60.

¹⁸ *Ibid.*, h.62.

¹⁹ *Ibid.*, h.63.

3) Steinfeld

Pengembangan usaha adalah aktivitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti, pedagang kaki lima yang tidak memiliki surat izin tempat usaha.²⁰

4) Hughes dan Kapoor

Pengembangan usaha adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan.²¹

5) Mussleman dan Jackson

Pengembangan usaha adalah suatu aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan di organisasikan untuk terlibat dalam aktivitas tersebut.²²

6) Allan Affuah

Pengembangan usaha adalah sekumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen.²³

7) Huat, T Chwee

Menurut Huat, T Chwee pengertian pengembangan usaha itu dapat dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

- a) Pengembangan usaha dalam arti yang luas adalah istilah umum untuk menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.

²⁰ *Ibid.*, h.63.

²¹ *Ibid.*, h.63.

²² *Ibid.*, h.63.

²³ *Ibid.*, h.63.

- b) Pengembangan usaha adalah sekumpulan uang kecil yang dikelola sekumpulan orang banyak sehingga berubah menjadi barang nyata.²⁴

2. Tahapan Pengembangan Usaha.

Menurut Panji Anoraga, ada beberapa tahapan pengembangan usaha antara lain:

a. Tahap I: Identifikasi Peluang

Perlu mengidentifikasi peluang dengan didukung data dan informasi. Informasi biasanya dapat diperbolehkan dari berbagai sumber seperti:

- 1) Rencana perusahaan.
- 2) Saran dan usul manajemen kecil.
- 3) Program dan pemerintah.
- 4) Hasil berbagai riset peluang usaha.
- 5) Asosiasi usaha sejenis.²⁵

b. Tahap II: Merumuskan alternatif usaha

Setelah informasi terkumpul dan dianalisis maka pimpinan perusahaan atau manajer usaha dapat merumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka.²⁶

c. Tahap II: Seleksi alternatif

Alternatif yang banyak selanjutnya harus dipilih satu atau beberapa alternatif yang terbaik dan prospektif. Untuk usaha yang prospektif dasar pemilihannya antara lain dapat menggunakan kriteria sebagai berikut:

- 1) Ketersediaan pasar.
- 2) Resiko kegagalan.
- 3) Harga.

²⁴ *Ibid.*, h.63.

²⁵ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta:PT. Rineka Cipta, 2007), h.90.

²⁶ *Ibid.*, h.90.

d. Tahap IV: Pelaksanaan alternatif Terpilih

Setelah penentuan alternatif maka tahap selanjutnya pelaksanaan usaha terpilih.²⁷

e. Tahap V: Evaluasi

Evaluasi dimaksud untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan. Di samping itu juga diarahkan untuk dapat memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya.²⁸

3. Teknik Pengembangan Usaha.

a. Peningkatan Skala Ekonomis

Cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha. Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan output akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala ekonomis. Sebaliknya, bila peningkatan output mengakibatkan peningkatan biaya jangka panjang, maka tidak baik untuk dilakukan. Dengan kata lain, bila produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik paling efisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan usaha.²⁹

b. Perluasan Cakupan Usaha

Cara ini dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi, serta dengan teknologi yang berbeda. Misalnya, usaha jasa angkutan kota diperluas

²⁷ *Ibid.*, h.90.

²⁸ *Ibid.*, h.90.

²⁹ Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi Ketiga, (Jakarta: Salemba, 2006), h.156.

dengan usaha jasa bus pariwisata, usaha jasa pendidikan diperluas dengan usaha jasa pelatihan dan kursus-kursus. Dengan demikian, lingkup usaha ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomis yang ditandai oleh total biaya produksi gabungan dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi masing-masing produk itu apabila diproduksi secara terpisah. Perluasan cakupan usaha ini bisa dilakukan apabila wirausaha memiliki permodalan yang cukup. Sebaliknya, lingkup usaha tidak ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha yang tidak ekonomis, dimana biaya produksi total bersama-sama adalah lebih besar daripada penjumlahan biaya produksi dari masing-masing jenis produk itu apabila diproduksi secara terpisah.³⁰

4. Indikator Pengembangan Usaha.

Tolak ukur tingkat keberhasilan dan pengembangan perusahaan kecil dapat dilihat dari peningkatan omset penjualan. Tolak ukur pengembangan usaha haruslah merupakan parameter yang dapat diukur sehingga tidak bersifat nisbi atau bahkan bersifat maya yang sulit untuk dapat dipertanggungjawabkan. Semakin konkrit tolak ukur itu semakin mudah bagi semua pihak untuk memahami serta membenarkan atas diraihkannya keberhasilan tersebut.³¹

Para peneliti (Kim dan Choi, 1994, Lee dan Miller, 1996, Lou 1999, Miles at all, 2000, Hadjimanolis, 2000) menganjurkan peningkatan omset penjualan, pertumbuhan tenaga kerja, dan pertumbuhan pelanggan sebagai pengukuran perkembangan usaha.

Kriteria usaha kecil menurut UU No. 9 Tahun 1995 adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

³⁰ *Ibid.*, h.156.

³¹ Mohammad Sholeh, *Analisis Strategi Inovasi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan* UNDIP, Semarang, 2008, h.25.

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah).
- c. Milik warga negara Indonesia.
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar.
- e. Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

5. Pengembangan Usaha dalam Ekonomi Islam.

Pemasaran syariah menurut definisi adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategi yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi pemasaran syariah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Rasulullah SAW telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Etika bisnis islam merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al-Qur'an, hadis, dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiih. Terdapat empat etika bisnis islam, yaitu:

1. Prinsip tauhid, yang memadukan semua aspek kehidupan manusia, sehingga antara etika dan bisnis terintegrasi, baik secara vertikal (*hablumminallah*) maupun secara horizontal (*hablumminannas*). Sebagai manifestasi dari prinsip ini, para pelaku bisnis tidak akan melakukan diskriminasi di antara pekerja, dan akan menghindari dari praktik-praktik bisnis haram atau yang melanggar ketentuan syariah.
2. Prinsip pertanggungjawaban, para pelaku bisnis harus bisa mempertanggungjawabkan segala aktivitas bisnisnya, baik kepada Allah SWT maupun kepada pihak-pihak yang berkepentingan untuk memenuhi tuntutan keadilan. Selain itu pertanggungjawaban dari pelaku bisnis adalah mereka harus mempunyai sifat amanat, dimana menepati amanat merupakan moral mulia.

3. Prinsip keseimbangan atau keadilan, sistem ekonomi dan bisnis harus sanggup menciptakan keadilan dalam kehidupan bermasyarakat. Seperti memberikan nasehat kepada konsumen dan hal ini termasuk moralitas dalam pemasaran.
4. Prinsip kebenaran, dalam prinsip ini terkandung dua unsur penting, yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun.³²

Dalam beraktivitas ekonomi, umat islam dilarang melakukan tindakan *bathil*. Namun, hams melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saing *ridho*, sebagaimana firman Allah:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya: "kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang matruf dan mencegah dari yang munkar, dan heriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanvakan mereka adalah orang-orang yang fasik". (Q.S. Ali-Imran: 110).³³

Kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan, berusaha maksimal untuk kesejahteraan bersama bukan untuk kepentingan golongan ataupun kepentingan sendiri. Maka itu hams adanya nilai-nilai moral untuk mengatur perilaku seseorang atau kelompok yang sesuai dengan prinsip pemasaran yang islami.

³² Hermawan Kartajaya dan M.Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Mizan Media Utama, cet.10, 2016) h.63.

³³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Bandung:Diponegoro, 2011), h.64.

Prinsip pemasaran syariah menurut Abdullah Amrin meliputi:

I. Ikhtiar

Ikhtiar adalah satu bentuk usaha untuk mengadakan perubahan yang dilakukan seseorang secara maksimal dengan segenap kemampuan yang dimiliki dengan harapan menghasilkan ridha Allah SWT.

2. Manfaat

Manfaat artinya berguna bagi si pemilik produk atau jasa. Bermanfaat jika mempunyai nilai guna yang dirasakan pemakai.

3. Amanah/Tanggung Jawab

Yaitu yang bertanggung jawab terhadap apa yang dipromosikan dan menepati janji yang diberikan dalam sebuah promosi. Maka dari itu tidak diperkenankan membuat iklan yang berlebih-lebihan dan terlalu banyak memuji produk.

4. Nasihat

Produk atau jasa yang dikeluarkan harus mengandung unsur peringatan berupa nasihat, sehingga Kati setiap konsumen yang memanfaatkannya tersentuh terhadap tujuan hakiki kemanfaatan produk atau jasa yang digunakan.

5. Keadilan

Berbisnis secara adil adalah wajib hukumnya, bukan hanya himbauan dan Allah SWT. Sikap adil termasuk diantara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh Islam dalam semua aspek ekonomi Islam.

6. Transparansi/Keterbukaan

Dalam perusahaan yang berprinsip syariah, pengukuran yang jelas dan transparan merupakan suatu hal yang penting, karena prinsip syariah mengajarkan mengenai keadilan dan kejujuran perusahaan.

7. Kejujuran

Dalam promosi, informasi yang dipaparkan harus sesuai dengan spesifikasi produk itu sendiri dan tidak boleh menyeleweng informasi tentang suatu produk.

8. Ikhlas/Tulus

Merupakan salah satu nilai keislaman yang terdapat dalam kegiatan promosi. Dalam mempromosikan produknya seseorang atau perusahaan harus mempunyai niat yang baik, ikhlas/tulus dan tidak ada itikad buruk.³⁴

Hermawan Kertajaya memberikan sebuah definisi tentang marketing syariah. Sebenarnya definisi ini adalah tambahan atau perubahan dari definisi marketing yang telah diberikan dalam buku sebelumnya. Hermawan menyatakan syariah marketing adalah merupakan strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen atau satu perusahaan, atau perorangan yang sesuai dengan ajaran islam.

Pemasaran syariah adalah perusahaan yang tidak berhubungan dengan bisnis yang mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut syariah, yaitu bisnis judi, riba, dan produk-produk haram. Namun, walaupun bisnis perusahaan tidak berhubungan dengan kegiatan bisnis yang diharamkan, terkadang taktik yang digunakan dalam memasarkan produk-produk mereka masih menggunakan cara-cara yang diharamkan dan tidak etis.

Seorang pengusaha dalam pandangan etika Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan, yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT. Ini berarti yang harus diraih oleh seorang pedagang dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materiil (bendawi), tetapi yang penting lagi adalah keuntungan immaterial spiritual.³⁵

Dalam konsep pemasaran spiritual ini muncul bisikan nurani dan panggilan hati. Disini muncul aspek kejujuran, empati, cinta, dan kepedulian terhadap sesama. Jika di level intelektual bahasa yang digunakan adalah bahasa logika dan di level emosional adalah bahasa rasa, maka di level spiritual digunakan bahasa hati.

³⁴ Abdullah Amrin, *Asuransi Syariah*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006), h.200.

³⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami Tatanan Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Alang Press, 2008), h.86.

Bahasa hati dalam konsep pemasaran spiritual inilah yang merupakan inti dan konsep pemasaran syariah. Hati adalah sumber pokok bagi segala kebaikan dan kebahagiaan seseorang. Hati merupakan kesempurnaan hidup dan cahayanya. Betapa indahnya sekira kita dapat mengelola bisnis kita dengan hati yang bening.

Hal ini semakin berkembang beberapa tahun terakhir ini karena mungkin masyarakat sudah merasa bosan dengan praktik tipu-menipu. Sating menjatuhkan di antara produsen, menjeiek-jelekan barang buatan pesaing, bahkan bila perlu merusak citra masyarakat terhadap suatu produk, dengan segala upaya busuk. Demikian promosi yang dilancarkan berusaha mendiskreditkan produk lawan, dan sangat mengagungkan produk sendiri, ini semua sudah keluar dari bahasa hati. Kemudian tipuan dalam berbagai bentuk sudah dilancarkan, seperti suap-menyuap, untuk melariskan penjualan produk, informasi promosi menyesatkan, merusak akidah agama islam dengan mencampur sesuatu produk dengan barang haram. Masyarakat menginginkan setiap produk terutama makanan ditempel label halal melalui sebuah lembaga yang sah.³⁶

B. Industri.

1. Defenisi Industri.

Menurut UU No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, industri adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misalnya mesin.³⁷

Menurut Teguh S. Parnbudi, industri adalah sekelompok perusahaan yang bisa menghasilkan sebuah produk yang dapat sating menggantikan antara yang satu dengan yang lainnya.

³⁶ *Ibid.*, h.86.

³⁷ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta:Balai Pustaka,2003), h.282.

Menurut Hinsa Sahaan, industri adalah bagian dari sebuah proses yang mengolah barang mentah menjadi barang setengah jadi sehingga menjadi sebuah barang baru yang memiliki nilai lebih bagi kebutuhan masyarakat.

2. Jenis-Jenis Industri Berdasarkan Klasifikasi atau Penjenisannya.

Berdasarkan SK Menteri Perindustrian No. 19/M11/1986 yaitu:

- a. Industri kimia dasar, contohnya seperti industri semen, obat-obatan, kertas, pupuk, dsb.
- b. Industri mesin dan logam dasar, contohnya seperti industri pesawat terbang, kendaraan bermotor, tekstil, dsb.
- c. Industri kecil, contohnya seperti industri roti, kompor minyak, makanan ringan, es, minyak goreng curah, dsb.
- d. Aneka industri, contohnya seperti industri pakaian, industri makanan dan minuman, dsb.

3. Jenis Industri Berdasarkan Tempat Bahan Baku.

- a. Industri ekstraktif

Industri ekstraktif adalah industri bahan baku yang diambil langsung dari alam sekitar. Contohnya seperti, pertanian, perkebunan, perhutanan, perikanan, peternakan, pertambangan, dsb.

- b. Industri nonekstraktif.

Industri nonekstraktif adalah industri yang bahan baku yang didapat dari tempat lain selain alam sekitar.

- c. Industri fasilitatif.

Industri fasilitatif adalah industri yang produk utamanya adalah berbentuk jasa yang dijual kepada para konsumennya. Contohnya seperti, asuransi, perbankan, transportasi, ekspedisi, dsb.

4. Indikator Industri.

Tujuan dibuatnya indikator dalam pertumbuhan industri adalah untuk menentukan program dan kebijakan dalam melakukan pengembangan usaha

serta untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam pengembangan usaha, salah satu indikatornya adalah kenaikan nilai impor.

5. Industri dalam Ekonomi Islam.

Usaha industri adalah salah satu bentuk pekerjaan yang sangat dihormati dalam Islam. Namun dalam berindustri, seorang muslim harus menepati aturan-aturan Islam, agar tidak menyimpang dari tujuan Islam. Lima prinsip seorang muslim dalam aktifitas ekonominya, yaitu: *tauhid uluhiyyah*, *tauhid rububiyah*, *istikhlaf*, *tazkiyatu nafi* dan *al-falah*.

Maka aspek utama motivasi berindustri dalam Islam adalah:

- a. Berdasarkan ide keadilan Islam sepenuhnya. Seorang pengusaha Islam tidak diizinkan untuk senantiasa mengejar keuntungan semata-mata dengan alasan bahwa ia memiliki kemampuan untuk menegakkan keadilan dan kebajikan yang diinginkan oleh agama Islam. Permasalahan yang dihadapi pengusaha sehubungan dengan rasionalitas ekonomi dan kehendak Islam adalah bahwa ia diharapkan akan bertindak untuk mendukung dan menguntungkan para konsumen disamping keuntungannya sendiri.
- b. Berusaha membantu masyarakat dengan cara mempertimbangkan kemaslahatan orang lain pada saat seorang pengusaha membuat keputusan yang berkaitan dengan kebijaksanaan perusahaan.
- c. Membatasi pemaksimalan keuntungan sesuai dengan batas-batas yang telah ditetapkan oleh prinsip Islam.³⁸

Dengan demikian, dalam Islam membangun semangat nasionalisme dapat berjalan bersama dengan pembangunan industri. Karena Islam menjamin industri yang melayani hajat hidup orang banyak akan dikuasai negara atau diberikan haknya kepada swasta yang diyakini tidak akan merugikan rakyat. Negara wajib menjamin keberlangsungan dan keberhasilan bidang pertanian. Sehingga perindustrian terus maju.

³⁸ Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), h.108.

C. Kuliner.

1. Defenisi Kuliner.

Kuliner adalah hal yang tidak bisa dipisahkan dalam tatanan kehidupan manusia, semua manusia membutuhkan makan dan minum. Penggunaan kata atau istilah kuliner pun bisa bermacam-macam, sebut saja kegiatan, seperti Seni Kuliner yaitu seni persiapan, memasak dan penyajian makanan, biasanya dalam bentuk makanan. Kuliner adalah suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari.³⁹

Kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Karena setiap orang memerlukan makanan yang sangat dibutuhkan dalam sehari-hari. Mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah. Semua itu, membutuhkan pengolahan yang serba menarik dan tepat.⁴⁰

Defenisi mengenai kuliner, yaitu adalah suatu bagian dari hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Kuliner juga dapat diartikan selaku hasil olahan yang berupa masakan dan juga masakan tersebut berupa lauk-pauk, makanan atau panganan beserta minuman.⁴¹

Kata kuliner yang berasal dari bahasa Inggris "*culinary*" yang didefinisikan sebagai sesuatu yang terkait dengan masakan atau dapur. *Culinary* lebih banyak diasosiasikan dengan tukang masak yang bertanggung jawab menyiapkan masakan agar lebih terlihat menarik dan lezat. Institusi yang terkait dengan kuliner adalah restoran, fast food franchise, hotel, dan catering, dan lain sebagainya.

Kuliner di dunia Internasional sudah sangat berkembang ke arah era kemajuan. Pendidikan kuliner di luar negeri merupakan penghasil yang banyak memberi kontribusi berkembangnya industri kuliner.⁴²

³⁹ Ryanto Arundan "Pengertian Kuliner", dalam *Kanal Info*, (18 Mei 2015), h.8.

⁴⁰ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), h.376.

⁴¹ Ario Gerardiansyah. "Kuliner Menurut Para Ahli" dalam *Jurnal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, Oktober 2014, h.1.

⁴² Yuyun Alamsyah, *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008), h.6.

Studi ini dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi selengkap mungkin mengenai produk-produk makanan olahan khas Indonesia, untuk disebarluaskan melalui media yang tepat. Sehingga memperoleh peningkatan daya saing di pasar ritel modern. Pentingnya kegiatan ini dilatar belakangi bahwa Indonesia memiliki warisan budaya makanan khas, yang pada dasarnya merupakan sumber keunggulan komparatif bagi Indonesia. Hanya saja, kurangnya perhatian dan pengelolaan yang menarik, membuat keunggulan komparatif tersebut tidak tergali menjadi lebih bernilai ekonomis. Kegiatan ekonomi yang kreatif sebagai prakarsa dengan pola pemikir biaya yang kecil tetapi memiliki pangsa pasar yang luas serta diminati masyarakat luas diantaranya usaha kuliner, cetak sablon, bordir, dan usaha rakyat kecil seperti penjual bakso, comro, batagor, keripik dan lain sebagainya.

2. Ruang Lingkup Kuliner.

Ruang lingkup kuliner tidak hanya menyangkut seni memasak, tetapi juga sebuah bisnis yang memerlukan manajerial agar bisa bertahan dan berkembang dari waktu ke waktu.

Berbeda dengan konsep pemahaman dalam industri pangan, dalam kuliner lingkupnya lebih detail sehingga beberapa hal berikut perlu diperhatikan untuk memahami dunia kuliner itu sendiri.

Kuliner bisa terdiri atas pertama, cara memasak, di dalamnya melibatkan variasi dan tehnik memasak yang akan menghasilkan rasa, penampilan, dan bentuk yang bisa mengundang selera.

Kedua, cara saji, merupakan seni menghidangkan masakan agar terlihat cantik dan menarik perhatian. Cara saji biasanya sangat lekat dengan pendukung makanan semacam seni mengukir buah, sayur atau peranti saji yang sesuai.

Ketiga, cara makan, cara makan tiap masakan sangat spesifik. Cara makan yang berbeda akan menghasilkan rasa dan "*pleasure*" yang berbeda saat dimakan. Beberapa komponen pelengkap semacam makanan pendamping, sambal, saos atau lalapan menjadi sangat penting. Teknik mencampur

hidangan utama, pelengkap atau urutan menyantap makanan menjadi sangat penting karena akan menghasilkan rasa berbeda. Keunikan terletak pada paduan atau urutan menikmatinya.

Keempat, cara memilih bahan, merupakan salah satu teknik yang tidak boleh dilewatkan karena dengan memilih bahan yang cocok dan benar, maka hasil masakan menjadi sangat menarik dan sempurna.

Kelima, tujuan makan, merupakan bagian yang penting untuk diperhatikan karena beberapa masakan memiliki fungsi sendiri juga dalam konsumsi setiap hari. Bukan hanya menjadi pengisi perut tapi juga memiliki arti sosial dan religius. Beberapa masakan dibuat untuk tujuan sosial misalnya untuk pesta, untuk tujuan ritual tradisional, untuk perkawinan. Beberapa masakan kadang diciptakan untuk mencapai fungsi kebersamaan dalam keluarga. Masakan yang demikian biasanya disantap bersama-sama. Dalam konteks ini, kuliner tidak hanya sekedar seni memasak tapi juga merupakan hasil nyata dari sebuah gaya hidup yakni bagian dari sebuah kebudayaan bangsa.⁴³

3. Fase Pertumbuhan Kuliner Indonesia.

Perkembangan kuliner di Indonesia cukup tua. Memang tidak ada catatan sejarah yang pasti. Tapi kita bisa membagi dalam beberapa fase yang biasanya dipengaruhi oleh budaya yang sedang berkembang saat itu. Dalam garis besarnya fase perkembangan dibedakan atas tiga fase.

Ease pertama, yang bisa jadi disebut *original food* adalah zaman kerajaan besar di nusantara sebelum kedatangan penjajah. Jenis hidangan yang populer diwamai oleh ciri makanan yang dikukus, dibungkus dengan daun pisang serta bahan baku utamanya adalah beras dan umbi-umbian. Jajanan pasar dalam bentuk kukus adalah peninggalan masa lalu yang masih bisa dijumpai saat ini.

Fase kedua, *multiculture food* dimana hidangan sudah dipengaruhi oleh seni memasak para pendatang utamanya Belanda, China, dan Arab. Di

⁴³ *Ibid.*, h.6-8

beberapa pusat kota besar beredar jenis hidangan akulturasi yang merupakan campuran hidangan lokal dengan Belanda semacam bistik, sosis solo, bergedel atau risol. Sementara di perpaduan antara budaya setempat dengan China menghasilkan hidangan peranakan. Beberapa hidangan yang masih populer semacam ini mi, siomay atau bakwan adalah makanan yang dibawa pendatang China. Sementara pengaruh Arab tentu banyak terasa di perkampungan muslim. Hidangan yang khas semacam biriyani atau gulai merupakan contoh perpaduan tersebut. Tentu saja, proses tersebut mengalami penyesuaian sehingga hasilnya tidak sama dengan negara asalnya. Tentu saja mi di Indonesia berbeda dengan mi di China. Begitu pun steak di Belanda berbeda dengan bistik di Solo misalnya.

Fuse ketiga, adalah kuliner kontemporer yang banyak dipengaruhi oleh industri makanan yang mengarah pada instan (*fast food*). Seni kuliner fase ini dikuasai oleh industri besar yang menyuplai makanan berupa gaya hidup yang instan, demikian juga dengan restoran besar multinasional memengaruhi cara hidang dan makan. Pada fase ini kuliner tradisional kurang diminati karena propaganda karat yang mencoba menyeragamkan seni masak, cara menghidangkan dan cara makan.

Perkembangan kuliner di Indonesia diwamai oleh ketiga fase tersebut yang sampai sekarang masih banyak peminatnya. Umurnya sudah puluhan bahkan ratusan tahun. Ada yang masih asli namun seiring perkembangan, masakan tradisional mengalami beberapa perubahan dan penyesuaian baik dari penampilan, komposisi, memasaknya, cara hidang bahkan cara menyantapnya.⁴⁴

4. Sejarah Kuliner Indonesia.

Sejarah kuliner kita talc bisa dilepaskan dari pengaruh kolonialisme, misalnya di abad ke-18, saat pencarian rempah mendorong kaum asing mencari rempah-rempah ke negeri kita. Semenjak saat itu, rempah-rempah kemudian berubah fungsi tidak hanya menjadi obat, tetapi juga bumbu masakan. Inilah yang kelak akan mempengaruhi tradisi bumbu dalam kuliner kita yang tidak

⁴⁴ *Ibid.*, h.5-6.

melupakan rempah-rempah sebagai salah satu unsur di dalamnya. Bawang, ketumbar, jintan, dan jahe adalah beberapa jenis tanaman yang diperkenalkan karena pengaruh India.⁴⁵

Di masa Raffles dan Deandels pola makan kitapun berubah. Rakyat pun makan seadanya, seperti kentang, ketela, jagung menjadi alternatif pilihan, karena masyarakat j ustru disuruh menanam pala dan cengkih.

Masyarakat kitapun mensiasati makanan yang mereka makan dengan berbagai bentuk pengolahan.

Pergeseran pola kuliner kita juga bisa dibaca melalui buku masak. Menyusun buku masak sepiintas menunjukkan urusan seleksi resep belaka. Namun, jika benar-benar dipahami buku masak adalah sumber penting untuk melihat hasil dari berbagai pergeseran dan perubahan kebiasaan makan di Indonesia dari masa ke masa.⁴⁶

Pengaruh global puncaknya ditandai dengan pertukaran bahan-bahan makanan dari benua Amerika dan Eropa ke Indonesia atau sebaliknya sepanjang abad ke-16 sampai ke-18 menjadi penting dalam memahami pergeseran dan perubahan bagi perkembangan makanan pada abad 19.

Pada tahun 1857 di era Hindia Belanda sudah muncul buku masak *Kokki Bitja* sebagai buku masak terawal. Namun para gastronom memandang makanan Indonesia tersirat dalam buku masak *Masakan Djeung Amis-Amis* (1951). Di buku itu tertuang konsepsi "masakan kita" : "... Baik masakan Tionghoa maupun Eropa yang sudah menyatu dengan kita dimasukkan ke dalam kelompok masakan kita saja, misalnya tauco, tahu, semur, perkedel, dan lain-lain. Berbeda dengan cetakan pertama hingga ketiga, pada cetakan ini sebisa mungkin masakan kita pribadi dikelompokkan secara terpisah.⁴⁷ Sehingga kita paham bahwa pada kenyataannya yang berubah dari fenomena makanan Indonesia setelah kolonial lebih kepada tampilan luarnya saja. Demi meneguhkan identitas diri, maka disajikanlah citra makanan Indonesia.

⁴⁵ *Ibid.*, h.19

⁴⁶ *Ibid.*, h.284

⁴⁷ *Ibid.*, h.232.

Buku resep makanan berikutnya adalah buku *Pandai Masak* (1967) karya Nyonya Rumah atau Julie, is adalah sosok wanita Tionghoa peranakan yang mencecap seni masak semenjak masa kolonial. Buku ini memang belum membuat konsep ideal tentang makanan Indonesia, tetapi dari buku ini kita bisa tahu bahwa selera masakan dari pembaca orang Indonesia.

Pada era Soekarno, muncullah gagasan revolusioner yang mencoba menyusun aneka resep masakan nasional kita. Maka muncullah *Buku Masakan Indonesia Mustika Rasa: Resep-Resep Masakan Indonesia dari Sabang Sampai kierauke* (1967). Buku inilah yang menjadi tonggak nasionalisme kita dalam hal makanan. Sejak itu pula dirumuskan istilah makanan Indonesia. Walaupun kita tahu, makanan itu tetap tak bisa dilepaskan dari akulturasi budaya dari berbagai bangsa seperti Arab, India, maupun Tionghoa. Kita bisa mengerti sejarah makanan kita tak bisa dilepaskan dari pengaruh global. Terlebih era sekarang, menu makanan di hotel-hotel misalnya tak bisa bisa melulu menyajikan makanan lokal semata, tetapi juga dituntut menghadirkan menu yang bervariasi dan dari berbagai negara.⁴⁸

5. Kuliner Dalam Islam.

Standarisasi ke-haraman makanan, perlu ,dibedakan bahwa logika makanan berbeda dengan ibadah dalam syariah. Dalam beribadah kita semua dilarang melakukan ritual apapun itu kecuali ada dalil yang memerintahkan dan mengakuinya.

Berbeda dengan makanan, dalam hal makanan syariah memberikan kelonggaran dan keluasaan. Dalam arti bahwa semua makanan yang ada dimuka bumi itu halal, kecuali makanan-makanan yang memang terdapat larangan untuk mengkonsumsinya. Kriteria makanan yang dikonsumsi oleh manusia terbagi dua, yaitu, pertama makanan umum atau non hewani, kedua, yaitu makanan hewani.

a. Makanan umum non hewani.

Dalam kriteria umum makanan yang haram itu yaitu, najis, yang dapat memabukkan, dan yang dapat menimbulkan mudharat atau bahaya. Ketiga

⁴⁸ *Ibid.*, h.234.

sifat dasar ini hams hilang agar menjadi makanan yang halal. Kalau makanan yang dikonsumsi terlepas dari tiga hal dasar ini maka is menjadi makanan halal. Ia bukan najis, artinya bukan darah, air seni, dan sejenis yang memang itu Benda najis. Ia bukan makanan yang dapat memabukkan, apapun makanan yang dapat memabukkan itu hukumnya adalah haram. Terakhir, yang dapat menimbulkan mudharat atau bahaya, seperti makanan yang dapat menimbulkan suatu penyakit atau bahkan dapat membuat seseorang mati karena mengkonsumsinya.⁴⁹

b. Makanan hewani.

Makanan hewani merupakan makanan yang berasal dari hewan. Daging yang diharamkan dalam islam adalah daging babi seperti QS. Al-Maidah: 3 berikut ini:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ أَلْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ

Artinya: “Diharamkan bagimu bangkai, darah, dan daging babi” (QS. Al-Maidah: 3)⁵⁰

Jadi, segala jenis bangkai hewan kecuali bangkai ikan dan belalang itu haram untuk dikonsumsi sebagai makanan. Kriteria bangkai itu sendiri adalah hewan yang mati bukan karena disembelih melainkan mati karena tercekik, terjatuh, tertabrak, atau sejenisnya yang bukan disembelih dengan menyebut nama Allah.

Islam memiliki batasan tertentu yang lebih spesifik mengenai definisi produk. Menurut Al Muslih, ada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan produk yaitu sebagai berikut:

- 1) Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran atau takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak atau kadaluarsa.
- 2) Produk yang diperjual belikan adalah produk yang halal.

⁴⁹ <https://zarkasih.20.blogspot.com/2013/02/kulinerdalamtinjauansyariah>. Diakses pada 25 September 2018.

⁵⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2011), h.107.

3) Dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.

Pernyataan lebih tegas disebutkan dalam Al-Qur'an Surah Al-Muthaffifin ayat 1-3 yang menjelaskan tentang:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “Celakalah bagi orang-orang yang curang dalam manakar dan menimbang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain mereka mengurangnya.” (QS. Al-Muthaffifin: 1-3).⁵¹

Uraian diatas jelas mengatakan bahwa hukum menjual produk cacat dan disembunyikan adalah haram. Artinya, produk meliputi barang dan jasa yang ditawarkan pada calon pembeli haruslah yang berkualitas sesuai dengan yang dijanjikan. Persyaratan mutlak yang juga harus ada di dalam sebuah produk adalah harus memenuhi kriteria halal.

1) Lokasi

Lokasi bisnis bisa bermacam-macam tergantung dari konsep dan bentuk usaha. Jika usahanya berbentuk gerobak maka lokasi bisa berada di depan toko atau di depan pusat keramaian. Lokasi bisnis yang dipilih tergantung dari jenis dan bentuk bisnisnya. Lokasi suatu bisnis yang bagus belum tentu bagus bagi bisnis yang lain.

Adapula yang melihat lokasi bisnis dari posisi tempat usaha terhadap jalan. Lokasi diperempatan atau pertigaan lebih strategis dibandingkan dengan lokasi yang berada di jalan satu arah. Selain itu, kemudahan akses konsumen untuk mendatangi toko atau bisnis kita juga menentukan banyaknya konsumen yang datang. Pertimbangan lain memilih lokasi bisnis adalah kondisi fisik dan biaya sewa tempat.⁵²

⁵¹ Ibid., h.587.

⁵² Hendry E. Ramadhan, 99 Ide *Bisnis Kreatif di Dunia*, (Jakarta: Penebar Plus, 2010), h.18-19.

2) Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dari definisi ini dapat disimpulkan bahwa hampir semua yang termasuk produksi merupakan benda nyata yang dapat dilihat, diraba, dan dirasakan.⁵³

Menurut Philip Kotler, produk dapat berupa objek fisik dari jasa yang ditawarkan perusahaan. Misalnya, produk perbankan (deposito, tabungan, ATM, dan sebagainya), produk asuransi (asuransi jiwa, kesehatan, dan pendidikan), produk dari perusahaan konsultan (manajemen, marketing, SDM, keuangan).⁵⁴

Karena produk merupakan benda riil, maka macamnya cukup banyak. Secara garis besar produk bisa kita perinci menjadi dua, yaitu produk konsumsi dan produk industri. Produk konsumsi (consumer products), yaitu barang yang dipergunakan oleh konsumen akhir atau rumah tangga dengan maksud tidak untuk dibisniskan atau dijual

Yang termasuk produk konsumsi adalah barang kebutuhan sehari-hari (convenience goods), barang belanja (shopping goods), dan barang khusus (speciality goods).

Sedangkan produk industri (business product), adalah barang yang akan menjadi begitu luas dipergunakan dalam program pengembangan pemasaran. Barang industri juga dapat dirinci lebih lanjut antara lain sebagai berikut :

- a) Bahan mentah, yaitu barang yang akan menjadi bahan baku secara fisik untuk memproduksi barang lain, seperti hasil hutan, gandum, dan lainnya.
- b) Bahan baku dan suku cadang pabrik, yaitu barang industri yang digunakan untuk suku cadang yang aktual bagi produk lain, misalnya mesin, pasir dan lainnya.

⁵³ M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), h.43.

⁵⁴ Freddy Rangkuti, *The Power Of Brands*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2002), h.147.

c) Perbekalan operasional, yaitu barang kebutuhan sehari-hari bagi sektor industri, misalnya alat-alat kantor dan lainnya.⁵⁵

3) Bahan baku

Bahan baku merupakan salah satu faktor yang menentukan kualitas produk yang akan dihasilkan. Adanya pemilihan bahan baku yang digunakan akan memperkecil resiko kegagalan produk akibat bahan baku yang berkualitas rendah. Pemilihan bahan baku juga akan membantu dalam mempertahankan mutu produk. Oleh karena itu, seorang pengusaha harus mampu mengenal dan memilih bahan baku yang berkualitas tinggi.

Tips memilih bahan baku antara lain:

- a) Pilih bahan yang berkualitas, jangan tergiur dengan keuntungan sesaat yang akan menghancurkan citra produk.
- b) Manfaatkan bahan-bahan lokal yang mudah didapat.
- c) Inovasi bahan baku, cari yang lebih murah dengan kualitas yang masih terjaga dan terjamin.⁵⁶

Hal ini juga disampaikan sebagaimana ayat dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl ayat 116 bahwasanya:

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمُ الْكَذِبَ هَذَا حَلَالٌ وَهَذَا حَرَامٌ لِّتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ إِنَّ الَّذِينَ

يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا يُفْلِحُونَ ﴿١١٦﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara dusta “ini halal dan ini haram”, untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah tiadalah beruntung”. (QS. An-Nahl: 116).⁵⁷

⁵⁵ M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), h.44.

⁵⁶ Ani Suryani, *Bisnis Kue Kering*, (Jakarta: Niaga Swadaya, 2010), h.14-15.

⁵⁷ Departement Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Penerbit Diponegoro, 2011), h.280.

Dalam membangun sebuah bisnis juga harus didasari dengan kebaikan dan kehalalan bahan baku yang diolah agar setiap bisnis yang dijalankan berkah dan dihitung sebagai pahala dihadapan Allah.

4) Pemasaran

Menurut Ferno, pemasaran merupakan pandangan bisnis secara keseluruhan, sebagai usaha-usaha integrasi untuk menyamakan pembeli dan kebutuhannya serta untuk promosi, menyalurkan produk atau servis untuk mengisi kebutuhan tersebut. Tujuan fundamental dari pemasaran cukup sederhana yaitu untuk menambah peluang bisnis.

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Dari pengaruh berbagai faktor tersebut, masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas. Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain.⁵⁸ Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai.

B. Bawang goreng.

1. Definisi Bawang Goreng.

Bawang goreng adalah sajian bawang merah serta campuran garam ditambah berbagai rempah yang dirilis hingga halus kemudian digoreng dengan minyak panas sampai berwarna kecoklatan dan harum lalu di angkat dan siap dihidangkan. Umumnya sajian ini ditabur pada banyak masakan Indonesia sebagai penyedap dan penambah cita rasa.⁵⁹

⁵⁸ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Jilid I*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), h.19.

⁵⁹ https://id.m.wikipedia.org/wiki/bawang_goreng. Diakses pada 25 September 2018.

2. Sejarah Bawang Merah.

Tanaman bawang merah diduga berasal dari Asia Tengah, terutama di sekitaran Palestina dan India. Namun sebagian literatur juga memperkirakan tanaman bawang merah berasal dari Asia Tenggara. Tanaman bawang merah merupakan tanaman tertua dari budidaya tanaman lainnya. Hal ini bisa dibuktikan karena bangsa Mesir pada zaman I dan II atau 3200-2700 SM, sering melukiskan bawang merah pada patung dan tugu-tugu mereka. Sementara di Israel tanaman bawang merah diperkirakan telah dikenal sejak tahun 1500 SM. Sedangkan Yunani kuno bawang merah telah dikembangkan sebagai sarana pengobatan sejak tahun 2100 SM.

Bawang merah memiliki nama latin *Allium Ascalonicum L.* Bawang merah menjadi tanaman semusim yang diklasifikasikan berasal dari divisio Spermatophyta, dari sub divisio Angiospermae, dari kasis Monocotyledonae, dari ordo Asparagales atau Lilliiiflorae, dari famili Alliacea atau Amaryilidaceae, dari genus *Allium*, dan dari Spesies *Allium cepa* grup *Aggregatum*.⁶⁰

3. Ciri-ciri Bawang Merah.

Ciri-ciri morfologis bawang merah adalah memiliki umbi berlapis, memiliki akar serabut dan berdaun silindris seperti pipa. Bawang merah juga memiliki batang sejati yang disebut “diskus” yang memiliki bentuk seperti cakram, tipis dan pendek sebagai tempat melekatnya akar-akarnya dan tunas akar serta mata tunas atau titik asal tumbuhnya.

Pangkal pada daun bawang merah bersatu membentuk batang semu. Batang semu tersebut berada di dalam tanah dan berubah bentuk menjadi umbi lapis atau bulbus. Pada cakram bawang merah di antara lapisan kelopak daun terdapat mata tunas yang bisa tumbuh menjadi

⁶⁰

<https://artikelbawang.blogspot.com/2016/10asal-usul-sejarah-tanaman-bawang.html>.

Diakses pada 15 oktober 2018.

tanaman baru. Tanaman baru ini disebut dengan tuna lateral atau anakannya.

Tunas literal atau anakan tersebut akan membentuk cakram baru, dan membentuk umbi lapis yang baru. Pada dasar cakram bawang merah tumbuh akar serabut dan dibagian tengah terdapat mata tunas utama yang akan tumbuh paling cepat dan dianggap sebagai tunas apical.

Bunga pada bawang merah adalah sempurna atau hermaproditus yang pada terdiri dari 5-6 helai benang sari. Benang sarinya sendiri tersusun membentuk dua lingkaran yaitu lingkaran dalam dan lingkaran luar. Pada lingkaran luar terdapat 3 benang sari, dan pada lingkaran dalam juga terdapat 3 benang sari. Benang sari pada lingkaran luar bawang merah biasanya akan tumbuh dewasa dalam 2 sampai 3 hari. Sedangkan benang sari yang terletak pada lingkaran dalam akan tumbuh lebih cepat dibandingkan lingkaran luar tersebut.

Setelah sampai pada konsumen, bawang merah biasanya diolah dengan menghaluskan kemudian mencampurkannya ke dalam masakan atau bisa juga dipotong kemudian digoreng sebagai bumbu dalam berbagai jenis masakan.⁶¹

4. Manfaat Bawang Merah.

Ada banyak cara yang digunakan untuk mengolah umbi tanaman ini seperti dihaluskan bersama bumbu lain, dibuat acar atau juga bisa dijadikan bawang goreng yang sangat nikmat untuk dikonsumsi. Kandungan dalam bawang merah sendiri juga sangat banyak seperti flavonglikosida yang berguna sebagai anti radang, pembasmi bakteri dan juga menurunkan panas, mengandung kalsium, protein, lemak baik, fosfor dan beberapa jenis vitamin seperti vitamin B1 dan juga vitamin C. Bawang merah yang diolah dengan cara digoreng juga memiliki banyak khasiat untuk tubuh, berikut khasiatnya:

⁶¹ <https://artikelbawang.blogspot.com/2016/10asal-usul-sejarah-tanaman-bawang.html>.
Diakses pada 15 oktober 2018.

a. Penyedap Alami

Manfaat bawang merah yang diolah dengan cara digoreng bisa dijadikan MSG atau penyedap alami dalam berbagai jenis masakan. Segala jenis masakan yang ditambahkan dengan bawang goreng ini akan jauh lebih gurih namun tetap aman untuk di konsumsi karena tidak mengandung bahan pengawet.

b. Mengatasi Sembelit

Serat yang terkandung dalam bawang merah sangat bermanfaat untuk meningkatkan proses pembuangan racun serta partikel makanan yang bertekstur keras dan menumpuk dalam usus. Hal ini tentunya akan sangat membantu apabila memiliki masalah sembelit.

c. Mengatasi Masalah Pendarahan

Bawang merah juga menjadi obat yang sangat ampuh untuk menyembuhkan hemoroid atau lebih dikenal dengan wasir. Bawang merah bisa dikonsumsi secara teratur dan bisa juga menghirup aroma dari irisan bawang merahmentah secara perlahan agar khasiatnya lebih terasa.

d. Melindungi Organ Jantung

Mengonsumsi bawang merah mentah ataupun bawang goreng maupun berbagai olahan bawang merah lainnya secara teratur juga sangat baik untuk melindungi organ jantung dari berbagai penyakit berbahaya. Bawang merah juga sangat baik untuk mengontrol tekanan darah tinggi serta membuka arteri yang tersumbat menuju atau dari jantung ke seluruh tubuh.

e. Mencegah Kanker

Tidak hanya bawang putih yang sangat baik dikonsumsi sebagai solusi kanker. Namun, bawang merah yang diolah menjadi bawang goreng atau dalam keadaan mentah juga sangat baik untuk mencegah penyakit mematikan tersebut. Beberapa kanker yang bisa dicegah dengan cara mengonsumsi bawang merah adalah diantaranya

kanker usus, kanker paru-paru, kanker lambung, kanker payudara, dan juga kanker prostat.⁶²

5. Khasiat Bawang Merah untuk Rambut.

Jika mempunyai masalah dengan kesehatan rambut seperti rambut rontok dan ketombe, maka bawang merah bisa dijadikan obat untuk mengatasi masalah rambut sekaligus menyuburkan rambut.

a. Mengobati Rambut Rontok

Ini adalah salah satu khasiat dari bawang merah. Bawang kaya akan sulfur, yang mampu meningkatkan sirkulasi darah dan memperkuat rambut. Caranya yaitu, siapkan ramuan dengan cara membuat jus bawang merah terlebih dahulu. Pijatlah kulit kepala dengan hot coconut oil selama 30 menit, sebelum mengoleskan jus bawang untuk membuka pori-pori kulit kepala. Lalu, tutup rambut dengan handuk hangat untuk menguapkan rambut.

b. Menumbuhkan Rambut

Memijat kulit kepala dengan jus bawang dapat meningkatkan sirkulasi darah, sehingga mengakibatkan pertumbuhan rambut baru. Sulfur dalam bawang merah tidak hanya mengurangi rambut rontok, tetapi juga menginduksi pertumbuhan rambut. Caranya yaitu, campurlah jus bawang merah dengan minyak kelapa dan pijat kulit kepala. Biarkan selama 40 menit dan kemudian bilas dengan sampo ringan.

c. Menyembuhkan Infeksi Kulit Kepala

Gunakan jus bawang merah untuk menyembuhkan infeksi kulit kepala. Infeksi jamur dapat merusak rambut dan juga menyebabkan kerontokan rambut yang parah. Selain mengobati infeksi kulit kepala, bawang merah juga membantu membuka pori-pori yang tersumbat dari folikel rambut.

⁶² <https://www.goggle.co.id/manfaat.co.id/manfaat-bawang-merah-goreng>. Diakses pada 15 Oktober 2018.

d. Mengatasi Ketombe

Caranya adalah dengan mencampur jus bawang dengan lemon, dan tambahkan beberapa tetes madu. Oleskan pada rambut dan biarkan selama 30 menit. Bilas dengan sampo anti-ketombe ringan untuk menyingkirkan ketombe secara alami.⁶³

Dengan begitu banyaknya manfaat dari bawang merah sudah sepantasnya kita menyediakan bawang merah dirumah. Selain bisa dijadikan sebagai bumbu masakan juga bisa dijadikan obat keluarga.

⁶³

<https://www.google.co.id/pecelkembangturi.wordpress.com/2013/11/14/manfaat-bawang-goreng-bagi-kesehatan>. Diakses pada 15 Oktober 2018.

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan.

Sejarah berdirinya usaha Bawang Goreng di Medan Crispy 22 merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang Industri Kuliner yang mengelola bawang menjadi bawang goreng dengan rasa dan aroma yang khas yang mana dikenal dengan nama Medan Crispy 22 yang berlokasi di Jalan Anugerah VII/II Komplek Cemara Abadi Sampali Pecut Sei Tuan Deli Serdang, Sumatera Utara. Usaha bawang goreng di Medan Crispy 22 ini didirikan oleh bapak Koad Chamdi, awalnya bapak Koad Chamdi merupakan karyawan di pabrik Pupuk di Aceh, namun pada tahun 2007 pabrik Pupuk tersebut mengalami kebangkrutan dan ditutup sehingga semua karyawan di pabrik Pupuk tersebut di PHK. Pada tahun 2009 akhir bulan September Bapak Koad memulai bisnis kuliner kemasan ini, namun pada saat itu ia hanya memproduksi keripik buah mulai dan nangka, nenas hingga salak. Seiring berjalannya waktu ia pun melakukan inovasi dengan membuat bawang goreng kemasan dengan menggunakan bawang goreng Samosir bukan menggunakan bawang Jawa ataupun bawang India karena kualitasnya tidak bagus kalau dijadikan bawang goreng. Daerah yang menjadi pemasok bawang nya adalah daerah Dairi, Paropo, dan Tongging karena Bapak Koad ingin mengangkat kearifan lokal dengan mengambil bawang dari daerah yang merupakan penghasil bawang merah. Siapa sangka bawang goreng yang terlihat sepele justru dapat menghasilkan omset yang banyak hingga puluhan juta rupiah. Dalam usaha membuat bawang goreng Bapak Koad tidak langsung berhasil dalam melakukan usahanya, beberapa kali mengalami kegagalan dalam pembuatan bawang goreng kemasan tetapi ia tidak patah semangat, justru ia semakin penasaran bagaimana cara membuat rasa bawang goreng kemasan yang dapat diterima oleh masyarakat dan memiliki kualitas yang baik. Hingga akhirnya ia berhasil dalam melakukan usaha nya dan dapat diterima dengan sangat baik di masyarakat.

Untuk nama Medan Crispy 22 sendiri adalah 22 itu nama anak Bapak Koad yang bernama Rere, saya mengambil dari nada do re mi, dua itu kan re makanya 22 itu sebenarnya Rere.

Industri bawang goreng “Medan Crispy 22” ini beralamat di Jalan Anugerah VII/II Komplek Cemara Abadi Sampali Percut Sei Tuan Deli Serdang, Sumatera Utara.

Bentuk perusahaan ini adalah usaha sendiri, karena setelah Bapak Koad keluar dari pabrik Pupuk di aceh, ia pun mendirikan usaha ini dengan menggunakan modal sendiri dan melakukan pemasarannya sendiri pada awalnya dengan memasarkannya ke penjual-penjual bakso, mie ayam di pasar tradisional serta memasarkannya ke kalangan ibu rumah tangga disekitar rumahnya. Dalam usahanya untuk lebih memperluas wilayah pasarnya, maka bapak Koad memasarkan produknya ke Solo, Bandung, Jakarta, Papua, Balikpapan, Sumatera sekitanya, Aceh, dan Pekanbaru. Untuk di Medan produk ini sudah masuk hotel-hotel, pasar-pasar modern, Carefour, Brastagi Supermarket, Maju Bersama, Suzuya, bahkan sampai ke Taiwan. Usaha ini juga sudah menjadi salah satu pilihan untuk oleh-oleh khas Medan.

B. Tujuan Perusahaan.

Tujuan didirikannya usaha bawang goreng di Medan Crispy 22 ini adalah mencari keuntungan, sama dengan perusahaan-perusahaan lainnya yang juga mencari keuntungan. Tujuan didirikannya usaha bawang goreng di Medan Crispy 22 selain untuk mencari keuntungan bapak Koad juga ingin membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar komplek terutama ibu-ibu rumah tangga sekitar untuk menjadi bagian dan bisnis bawang goreng ini dengan melakukan pengupasan bawang merah. Sekitar ada 20 orang di komplek sekitar yang diperkerjakan, dimana 15 orang bertugas sebagai pengupas bawang merah, 2 orang yang bekerja dibagian penggorengan, dan 3 orang yang bekerja di bagian pengemasan. Usaha bawang goreng ini dengan mengedepankan motto Keselamatan, Kesehatan, dan Kualitas.

C. Visi dan Misi

1. Visi

Menjadi perusahaan yang berkomitmen menghasilkan produk bawang goreng yang asli tanpa campuran dan akan memproduksi bawang goreng dari bawang merah kualitas terbaik.

2. Misi

Sejalan dengan berkembangnya pengetahuan dan teknologi Industri, Medan Crispy 22 memiliki program dalam rangka peningkatan mutu bawang goreng. Program tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Medan Crispy 22 akan membeli bawang merah kepada Para petani bawang langsung.
- b. Medan Crispy 22 membeli bawang merah dan petani dengan harga semahal-mahalnya dan menjual bawang goreng dengan harga yang semurah-murahnya.
- c. Medan Crispy 22 akan tetap berusaha menghasilkan produk bawang goreng kemasan yang berkualitas terbaik dan memperoleh ijin dan BPOM.

D. Modal Awal dan Produk yang Dijual.

1. Modal Awal.

Bentuk perusahaan ini adalah usaha sendiri dimana modal yang digunakan oleh bapak Koad adalah modal sendiri. Dalam membangun usaha ini bapak Koad mengaku mengeluarkan modal awal sekitar Rp. 30 juta, yang lebih banyak keluar untuk membeli peralatan penggorengan. Tetapi, usaha ini tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mencapai balik modal. Bapak Koad membutuhkan waktu 5 bulan untuk balik modal dan memperoleh keuntungan. Saat ini omset dari usaha bawang goreng kemasan miliknya dapat menghasilkan omset Rp. 50 juta sampai dengan Rp. 70 juta.

2. Produk – produk yang dijual.

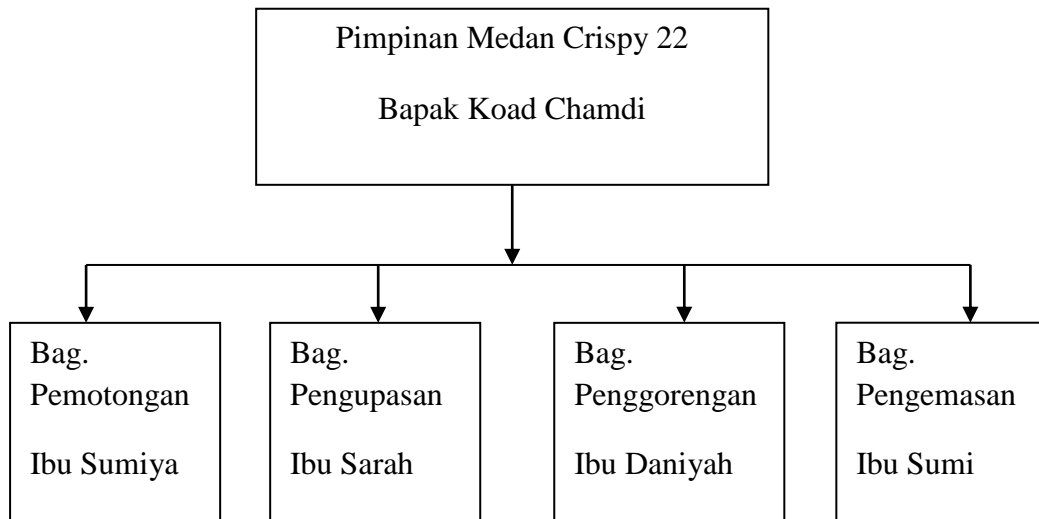
Usaha bawang goreng di Medan Crispy 22 merupakan usaha yang bergerak dibidang Industri Kuliner yang tugasnya adalah menjual bawang

goreng kemasan yang siap untuk dinikmati bagi konsumen yang diproduksinya sendiri dan memasarkannya kepada masyarakat. Dalam proses produksinya usaha ini menjunjung tinggi kualitas bahan bakunya dengan menggunakan bawang merah Sumatera yang berkualitas terbaik, lebih wangi dan renyah. Dimana perusahaan ini sudah memproduksi bawang goreng dengan berbagai varian rasa yang dapat dipilih sesuai selera para konsumen, yaitu Rasa Original, Rasa Pedas, Rasa Teri, Rasa Teri Pedas, dan Rasa Abon Udang. Selain bawang goreng usaha ini juga menjual olahan keripik buah muldi dari nangka, nenas hingga salak. Namun untuk saat ini usaha Medan Crispy 22 ini tidak memproduksi olahan keripik buah karena sulitnya mendapatkan bahan baku buah itu sendiri. Usaha ini juga sekarang memproduksi olahan sambal Andaliman dengan berbagai varian rasa.

E. Struktur Organisasi.

Jenis usaha ini adalah usaha *Home Industry*, dimana usaha yang memproduksi barang dilakukan di rumah. Usaha ini dilakukan di rumah Bapak Koad yang beralamat di Jalan Anugerah VII/II Komplek Cemara Abadi Sampali Percut Sei Tuan Deli Serdang, Sumatera Utara. Jadi, struktur dalam usaha ini hanya diisi oleh pemilik dimana pemiliknya adalah Bapak Koad Chamdi, dan sekitar 20 orang pegawai. Dimana 15 orang sebagai pengupas, untuk pengupasan bawang sendiri bisa dilakukan di rumah masing-masing pegawai setelah pengupasan selesai dibawa kembali ke rumah Bapak Koad untuk diproses selanjutnya. Dimana 2 orang sebagai penggoreng, untuk dipenggoreng dibutuhkan tenaga yang mahir dan telaten dalam menggoreng bawang agar didapatkan tekstur bawang yang gurih dan renyah tetapi tidak gosong dan berwarna kecoklatan, karena kalau terlalu lama menggorengnya bawang akan menjadi turun kualitasnya dan menjadi tidak enak lagi, maka dari itu Bapak Koad tidak sembarangan dalam menunjuk orang untuk ditempatkan di bagian penggorengan ini, demi menjaga kualitas dan motto perusahaan yaitu dengan motto Kesehatan, Keselamatan, dan Kualitas. Dan yang terakhir bagian pengemasan, bagian ini diisi dengan 3 orang, tetapi

apabila ada pesanan yang banyak bisa diisi sampai 5 orang di bagian pengemasan ini.



Gambar 3.1: Struktur Organisasi

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

A. Prospek Pengembangan Usaha Bawang Goreng di Medan Crispy 22.

Setiap usaha yang dijalani oleh pelaku ekonomi memiliki prospek, karena prospek adalah gambaran umum tentang usaha yang akan di jalankan untuk masa yang akan datang. Siapapun orangnya pasti akan memikirkan usaha yang tengah dijalannya sekarang, bagaimana caranya usaha yang akan dijalankan bisa bertahan dan berkembang. Baik itu ada atau tidaknya prospek usaha yang dijalani tergantung kepada pelaku ekonomi itu sendiri, dan juga tidak terlepas dari permintaan konsumen akan produk suatu usaha. Sebelum membuka usaha seorang pengusaha harus jeli dalam memilih usaha yang cocok untuk dijalankan, dengan membaca kondisi yang ada pada lokasi, menemukan sebuah usaha yang belum ada, atau bila usaha itu telah ada maka seorang pengusaha harus memiliki nilai tambah yang tidak dimiliki oleh pengusaha yang sama, seperti menciptakan inovasi akan sebuah produk dan meningkatkan kualitas produk tersebut.

Usaha Bawang Goreng di Medan Crispy 22 di Jalan Anugerah VII/II Komplek Cemara Abadi Sampali Percut Sei Tuan Deli Serdang, Sumatera Utara, sudah ada sejak tahun 2009 yang didirikan oleh bapak Koad Chamdi, dan pada saat ini usaha yang dibangun bapak Koad mengalami perkembangan dengan begitu pesatnya, usaha ini berkembang karena memiliki prospek yang bagus untuk kedepannya. Usaha ini berkembang karena seiring dengan perkembangan zaman pola pikir masyarakat pun berkembang dan kebutuhan sesuatu jadi meningkat.

Prospek yang bagus membuat banyaknya bermunculan usaha-usaha lain yang sejenis dikarenakan banyaknya bawang merah yang beredar dimasyarakat, tetapi bawang merah yang kualitas terbaik adalah bawang merah dan daerah Dairi, Paropo, dan Tongging.

1. Wawancara.

Seperti informan yang peneliti wawancarai yaitu Bapak Koad Chamdi selaku Pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, yang sudah memulai usahanya sejak akhir September 2009, berarti sudah 9 tahun membuka usahanya sampai sekarang pun tetap masih berjalan. Dan ia memaparkan kepada peneliti pada tanggal 08 Oktober 2018 yang memiliki alasan mengapa ia membuka usaha ini berikut uraiannya:

“Alasan saya membuka usaha ini yaitu karena awalnya saya bekerja di pabrik Pupuk di Aceh, pada tahun 2007 pabrik sudah mulai tidak sehat dan mengalami kebangkrutan sampai pabrikpun ditutup sehingga semua karyawan pabrik di PHK, mulai dari situ saya mulai memikirkan untuk membuka usaha sendiri, tahun 2009 akhir September saya memulai usaha ini akan tetapi awalnya saya menjual olahan keripik buah mulai dari nangka, nenas sampai salak. Keripik buah inipun berkembang, sehingga saya mengembangkan usaha saya ini dengan membuat bawang goreng, dan alhamdulillah saat ini bawang goreng saya sudah sampai ke Taiwan, sekarang saya juga mengembangkan usaha saya dengan membuat sambal andaliman.”⁶⁴

Kemudian ia memaparkan yang membedakan usaha kopi miliknya dengan usaha bawang goreng kemasan yang sejenis dari daerahnya, yaitu:

“Bawang goreng saya ini mempunyai ciri khas yang gurih dan beda dari lainnya, dimana bawang merahnya bersumber dari Dairi, Paropo, Silalahi, dan juga Tongging. Saya juga sekalian mengangkat kearifan lokal dengan menggunakan bawang lokal dari daerah tadi.”⁶⁵

Pemilik juga menjelaskan bagaimana awal berdirinya hingga sekarang yang telah mengalami perkembangan serta terus mengalami kenaikan dalam penjualannya.

⁶⁴ Wawancara dengan Bapak Koad Chamdi, Pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 09 Oktober 2018.

⁶⁵ Wawancara dengan Bapak Koad Chamdi, Pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 09 Oktober 2018.

“Perkembangannya dari segi pemasaran nya, awalnya kan saya memasarkan produk saya sendiri ke pasar-pasar tradisional, pedagang-pedagang bakso, mie ayam. Sekarang saya tidak perlu memasarkan sendiri lagi, soalnya sekarang saya sudah punya tempat pemasok buat produk saya, seperti Brastagi Supermarket, Maju Bersama, Suzziya, bahkan bawang goreng saya sudah sampai ke Taiwan. Alhamdulillah dari dulu sampai sekarang belum pernah mengalami penurunan, selalu mengalami kenaikan. Permintaan bawang goreng terus meningkat. Dan alhamdulillah juga sekarang saya sudah melakukan inovasi lagi dengan membuat sambal andaliman kemasan.”⁶⁶

Pemilik usaha bawang goreng juga menceritakan apa yang menjadi kendala selama dalam produksinya dan sudah terpasarkan diberbagai pasar-pasar modern. Sebagaimana diuraikan:

“Kendalanya ya seperti yang saya biking tadi, apabila bahan bakunya yang kosong dan harganya naik tidak karuan, selain dibahan baku tidak ada masalah, karena itukan bawang dari Dairi, Tongging, Silalahi, apalagi saya membelinya dari pengepul bukan dari petaninya langsung, makanya begitu bawang mulai agak susah dicari pasti harga yang dari pengepul juga naik.”⁶⁷

Kemudian informan menguraikan apa harapannya terhadap usaha yang dijalankan saat ini, yaitu:

“Saya itu ingin mengekspor bawang goreng saya ya minimal 50 persen lah, solanya kan untuk saat ini ekspor saya masih 20 persen makanya saya ingin meningkatkan ekspor saya, dan juga saya ingin mendapatkan bawang langsung dari petaninya bukan dari pengepul kan

⁶⁶ Wawancara dengan Bapak Koad Chamdi, Pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 09 Oktober 2018.

⁶⁷ Wawancara dengan Bapak Koad Chamdi, Pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 09 Oktober 2018.

*selama ini saya dapat bawang itu dari pengepul, makanya untuk kedepannya saya ingin mencari petani bawangnya langsung.*⁶⁸

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa bapak Koad Chamdi pemilik usaha bawang goreng Medan Crispy 22 membuka usaha ini memiliki beberapa alasan dan harapan sebagai berikut, ia ingin mempertahankan rasa bawang lokal dengan mengambil bawang bawang dari daerah Dairi, karena kualitas bawang lokal ini lebih baik daripada bawang Jawa. Serta bapak Koad ingin mengangkat kearifan lokal. Usaha ini juga mengalami kemajuan dimana dulu bapak Koad memasarkan produknya sendiri ke pasar-pasar tradisional. Kalau sekarang ia memasarkannya ke pasar-pasar modern, serta sudah sampai ke luar negeri. Pemilik usaha bawang goreng Medan Crispy 22 ini memiliki harapan yaitu ingin meningkatkan ekspornya lebih baik lagi untuk kedepannya.

2. Hasil Wawancara.

Usaha bawang goreng di Medan Crispy 22 merupakan salah satu usaha yang tidak terlepas dari persaingan-persaingan antara usaha bawang goreng lainnya dan juga usaha bawang goreng yang lebih besar. Untuk itu usaha bawang goreng di Medan Crispy 22 perlu melakukan kebijakan dalam pemasarannya agar dapat meningkatnya penjualannya. Namun demikian, setiap usaha yang dilakukan oleh usaha bawang goreng di Medan Crispy 22 untuk memasarkan produknya yang bertujuan untuk meningkatkan penjualannya dan meningkatkan jumlah pembelinya dengan apa yang telah direncanakan sebagai bagian dari strategi pemasaran.

Dari data yang ditemukan penulis dilapangan untuk lebih memperkenalkan produknya perusahaan dapat meningkatkan melalui kegiatan pemasaran yang mempengaruhi banyak pihak, seperti pembeli, penjual, maupun kelompok masyarakat yang menginginkan produkproduk bermutu dengan harga wajar serta lokasi atau tempat yang mudah dijangkau. Namun dari semua itu tentu saja ada harapan yang diungkapkan

⁶⁸ Wawancara dengan Bapak Koad Chamdi, Pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 09 Oktober 2018.

oleh pemilik usaha Medan Crispy 22. Dimana harapan lebih kepada mendapatkan bahan baku ke petaninya langsung bukan melalui pengepul.

Dari hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa ada beberapa prospek pengembangan usaha bawang goreng Medan Crispy 22 ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Permintaan yang Besar.

Permintaan akan produk bawang goreng ini sangat menjanjikan, usaha ini juga sudah punya pasar tersendiri untuk memasarkan produknya, selain itu produk juga ditunjang dengan kualitas yang sangat baik.

b. Varian rasa.

Bawang goreng ini selalu melakukan inovasi dalam rasa, yang dulunya hanya original kini sudah memiliki beberapa varian rasa sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

c. Pasar ekspor.

Siapa sangka produk bawang ini sudah memasuki pasar ekspor, walaupun pemilik mengaku saat ini baru 20% ekspornya, tetapi dia ingin meningkatkan lagi pasar ekspor produk bawang gorengnya ini.

d. Ketersediaan tenaga kerja.

Usaha ini sangat didukung dengan tenaga kerja yang terampil, selain terampil usaha ini sangat memudahkan karyawan nya yaitu misalnya pada saat pengupasan bawang, bawang yang ingin dikupas bisa dibawa pulang kerumah untuk dikerjakan dirumah masing-masing, jadi untuk ibu-ibu rumah tangga sekitar sangat membantu sekali.

e. Kerjasama kemitraan dengan pengusaha lain.

Usaha ini juga sudah banyak melakukan pemasaran dan bekerjasama ke pasar-pasar modren serta pengusaha-pengusaha kuliner lain.

B. Faktor-faktor penghambat dalam pengembangan usaha Bawang Goreng di Medan Crispy 22.

Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar. Faktor dari dalam seperti pemilihan bahan baku yang berkualitas, inovasi produk dan lain sebagainya. Sedangkan faktor dari luar seperti perkembangan teknologi, kerjasama yang baik, dan lain sebagainya. Dalam menghadapi persaingan bisnis perlu diketahui faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat pada perusahaan, agar perusahaan dapat meminimalkan segala resiko yang kemudian dapat terjadi oleh perusahaan.

1. Wawancara.

Berikut wawancara pribadi dengan bapak Koad Chamdi sebagai pemilik usaha bawang goreng Medan Crispy 22 untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat pada pengembangan usaha miliknya. Berikut uraiannya:

Faktor pendukung yang dirasakan oleh bapak Koad Chamdi dalam usaha yang dijalankannya yaitu, berikut uraiannya:

“Bekerjasama dengan para tetangga yang menjadi tenaga kerja di usahanya dan tidak perlu mencari tenaga kerja jauh-jauh karena ibu-ibu rumah tangga sekitar banyak yang bersedia menjadi tenaga kerja, selain membuka lapangan pekerjaan bagi para tetangganya, is juga beke?ja sama dengan para pengepul bawang-bawang lokal. Ini saya lakukan dalam menjaga dan mempertahankan kualitas produknya dengan bahan baku yang baik supaya rasa khas yang ada di bawang goreng tidak rusak, tetap terjaga, pokoknya memberikan produk yang baik berkualitas untuk masyarakat, apalagi untuk dikonsumsi pastinya harus menggunakan kualitas yang terbaik, sesuai dengan motto saha ini yaitu Keselamatan, Kesehatan, dan Kualitas.”⁶⁹

⁶⁹ Wawancara dengan Bapak Koad Chamdi, Pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 09 Oktober 2018.

Usaha yang dimiliki oleh bapak Koad Chamdi ini juga terus melakukan inovasi yang tadinya hanya satu varian rasa yaitu rasa original dan keripik buah saja, sekarang sudah menjadi lima varian rasa dan berbagai ukuran kemasan sehingga konsumen dapat bebas memilih sesuai selera dan kemampuan membelinya. Berikut uraiannya:

“Ya saya selalu mencoba inovasi terus, yang awalnya hanya keripik buah saja dan bawang goreng satu rasa saja yaitu rasa original, sekarang sudah lima varian rasa yaitu, Rasa Original, Rasa Pedas, Rasa Teri, Rasa Teri Pedas, dan Rasa Abon Udang, kemasannya juga sudah saya kembangkan, ada yang dari 500 gram, 100 gram, dan toples. Harga yang dijual berbeda-beda berdasarkan rasa dan kemasannya serta ukuran berat bawang gorengnya. Bawang goreng original seberat 100 gram dibanderol dengan harga Rp.15.000, kemasan dengan ukuran 500 gram dengan rasa original dibanderol dengan harga Rp. 50.000, dan untuk kemasan toples dibanderol dengan harga Rp. 25.000.”⁷⁰

Bapak Koad Chamdi untuk penetapan harganya sangat sesuai dengan kualitasnya. Berikut uraiannya:

“Kami dalam harga masih terjangkau dan sesuai dengan kualitasnya. Dimulai dari harga yang paling murah Rp. 15.000 hingga harga Rp. 50.000. Dimana saya membeli bahan baku dari pengepul bukan dari petaninya langsung, makanya ada saat bawang mengalami kenaikan tetapi untuk produk saya tidak naikkan harganya karena tidak sembarangan dalam menaikkan harga, makanya saya ambil harga tertinggi saja untuk menjual produk saya, jadi walaupun bawang mengalami kenaikan yang tidak karuan harga produk saya tetap saja segitu. Jadi saya sudah memperhitungkan biaya-biaya produksi yang dikeluarkan sehingga masyarakat untuk menikmati bawang goreng yang berkualitas balk dapat memperoleh dengan harga yang terjangkau.”⁷¹

⁷⁰ Wawancara dengan Bapak Koad Chamdi, Pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 09 Oktober 2018.

⁷¹ Wawancara dengan Bapak Koad Chamdi, Pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 09 Oktober 2018.

Dalam pendistribusiannya bapak Koad Chamdi sudah bekerjasama dengan Supermarket dalam memasarkan produknya. Berikut uraiannya:

“Untuk pemasaran saya sudah bekerjasama dengan Supermarket seperti Maju Bersama, Suzuya, Carefour, Brastagi Supermarket, serta saya juga sudah mengembangkan produk saya ke Solo, Bandung, Jakarta, Balikpapan, Papua, serta Sumatera dan sekitarnya, saya juga mengembangkan ke Aceh, Pekanbaru, dan untuk di Medan saya mengembangkannya ke hotel-hotel dan supermarket-supermarket.”⁷²

Pemilik usaha bawang goreng Medan Crispy 22 bapak Koad Chamdi menjelaskan juga yang menjadi pendukung dari produknya, berikut uraiannya:

“Kami menggunakan bahan baku yang berkualitas jadi rasa yang khas dari bawang tidak rusak, bawang goreng yang jadi lebih gurih dan wangi, serta kami tidak menggunakan pengawet makanan dan MSG, produk kami juga termasuk terjangkau, kami terus membuat perubahan terhadap produk kami, bekerjasama dengan baik dengan mitra kerja.”⁷³

Untuk lebih memperkenalkan produknya ke masyarakat yang lebih luas bapak Koad Chamdi melakukan kegiatan-kegiatan promosi, berikut uraiannya:

“Dalam melakukan promosi, awalnya saya memasarkan produk saya sendiri ke pasar-pasar tradisional serta pedagang-pedagang bakso, selain itu juga saya sering mengikuti pameran-pameran yang ada ataupun halal food untuk lebih memperkenalkan produk saya secara lebih luas lagi, namun sekarang saya sudah bekerja sama dengan pihak-pihak supermarket ataupun pihak hotel untuk memasarkan produk saya.”⁷⁴

⁷² Wawancara dengan Bapak Koad Chamdi, Pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 09 Oktober 2018.

⁷³ Wawancara dengan Bapak Koad Chamdi, Pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 09 Oktober 2018.

⁷⁴ Wawancara dengan Bapak Koad Chamdi, Pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 09 Oktober 2018.

Dari hasil wawancara oleh bapak Koad Chamdi faktor pendukung dalam usaha yang dijalannya yaitu dengan bekerjasama yang baik terhadap pihak pengepul bawang untuk tetap bisa memperoleh bahan baku yang berkualitas terbaik, faktor tenaga kerja juga dengan memanfaatkan ibu-ibu rumah tangga sekitar perumahan bapak Koad dan bisa menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar terutama kalangan ibu-ibu rumah tangga sekitar komplek, serta bekerjasama baik dengan pihak-pihak yang membantu pengembangan usaha bawang goreng ini kepada masyarakat luas.

Faktor penghambat yang dirasakan oleh bapak Koad Chamdi dalam usaha yang dijalankannya yaitu, berikut uraiannya:

“penghambatanannya apabila permintaan akan bawang goreng meningkat apalagi kalau ada perayaan besar seperti Idul Fitri dan Idul Adha sementara bahan baku agak sulit didapat dan harganya juga melambung tinggi tidak karuan, untuk saat ini hanya itu yang menjadi penghambat kami.”⁷⁵

Ketatnya persaingan bisnis dengan sesama jenis produk yang banyak bermunculan dari daerah ini berikut uraiannya:

“banyak sih produk yang munculkan yang sama, akan tetapi produk kami memiliki kualitas yang baik dan berbeda dengan yang lain, kalau pesaing sendiri di lingkungan kelurahan sekitar tidak ada, tapi kami tetap menjaga eksistensi produk kami dengan motto yang kami punya supaya masyarakat puas dengan kualitas produk kami.”⁷⁶

Dari hasil wawancara oleh bapak Koad Chamdi faktor penghambat dalam usaha yang dijalannya yaitu hanya dengan ketersediaan bahan baku, semakin banyaknya pesaing dan selera konsumen yang dapat berubah setiap saat.

⁷⁵ Wawancara dengan Bapak Koad Chamdi, Pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 09 Oktober 2018.

⁷⁶ Wawancara dengan Bapak Koad Chamdi, Pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 09 Oktober 2018.

2. Hasil Wawancara.

Untuk faktor penghambat dalam usaha ini, dari hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa ada beberapa penghambat dalam proses produksi bawang goreng ini, diantaranya sebagai berikut:

a. Bahan baku.

Bahan baku yang dipakai dalam usaha ini adalah bawang-bawang lokal daerah Sumatera Utara itu sendiri seperti dari daerah Paropo, Silalahi, Tongging serta Dairi. Bawang ini juga didapat dari para pengepul bawang bukan dari petani bawangnya langsung, itulah yang menyebabkan disaat harga bawang naik maka harga yang ditawarkan pengepul juga naik tidak karuan.

b. Banyaknya pesaing.

Untuk urusan pesaingan produk ini memiliki kualitas yang sangat baik karena menggunakan bawang lokal bukan bawang Jawa yang kualitasnya kurang baik, sesuai dengan motto usaha ini yaitu, Keselamatan, Kesehatan, dan Kualitas. Dengan ijin dan BPOM yaitu, LP-POM: 09105052640709, Din.Kes P.IRT No. 2031275401938.

C. Pengaruh usaha bawang goreng terhadap pendapatan ekonomi masyarakat muslim sekitar.

Berdasarkan penelitian penulis dilapangan untuk pengaruh usaha ini terhadap pendapatan ekonomi masyarakat muslim sekitar ini memiliki pengaruh yang positif terutama bagi karyawan usaha ini yang tidak lain adalah masyarakat muslim sekitar komplek rumah bapak Koad, terutama kalangan ibu-ibu rumah tangga. Prospek yang bagus membuat pemilik usaha bawang goreng ini bertahan untuk menjalani usaha ini sehingga beberapa pengusaha pun sudah membuka usaha yang sama, hal ini dikarenakan semakin meningkatnya jumlah masyarakat ataupun tempat makan yang menggunakan bawang goreng yang mempengaruhi permintaan akan bawang goreng di pasar meningkat.

Adanya usaha bawang goreng Medan Crispy 22 ini dapat membangun perekonomian masyarakat khususnya warga muslim sekitar yang berada di komplek tempat usaha bawang goreng ini beroperasi.

1. Wawancara.

a. Bagi Karyawan.

Berikut wawancara yang dilakukan kepada karyawan usaha bawang goreng Medan Crispy 22 terutama kalangan ibu-ibu rumah tangga sekitar yang sekarang membuat keadaan perekonomian mereka menjadi lebih baik, berikut uraiannya: Hal ini yang diungkapkan oleh ibu Sumiya bagian pemotongan, berikut jawabannya:

“Lingkungan kerja yang nyaman. Usaha ini juga dari awal saya disini sampai sekarang terus mengalami peningkatan, kemajuan, pendapatan pun rneningkat, perekonomian sayapun juga meningkat semakin membaik. Bersyukur bisa merijadi bagian dari usaha ini karena prekonomian saya juga bisa semakin membaik.”⁷⁷

Berikut diungkapkan oleh ibu Sarah, bagian pengupasan, berikut jawabannya:

“Alhamdulillah lumayan penghasiannya bisa bantu-bantu suami saya, apalagi kalau pengupasan bisa dibawa pulang kerumah jadi bisa dikerjakan dirumah sendiri, begitu selesai dikupas baru dibawa ke tetnpat pemotongan di rumah bapak Koad.”⁷⁸

Berikut informasi yang peneliti dapat dari ibu Daniyah, bagian penggorengan, berikut jawabannya:

“Saya inikan ibu rumah tangga ya, jadi saya bekerja disini untuk sambil membantu perekonomian keluarga saya. Alhamdulillah

⁷⁷ Wawancara dengan Ibu Sumiya karyawan bagian pemotongan, Wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 12 Oktober 2018.

⁷⁸ Wawancara dengan Bapak Ibu karyawan bagian pengupasan, Wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 12 Oktober 2018.

sekaang ekonomi keluarga saya membaik, saya juga bisa mengisi waktu luting saya dengan bisa herpenghasilan.”⁷⁹

Berikut informasi yang peneliti dapat dari ibu Sumi, bagian pengemasan, berikut jawabannya:

“Dari pada saya menganggur dirumah, soya kerja disini saya bisa nambah masukan ekonomi keluarga soya, lwnayanlah buat nambah-nambah ke dapur dan membantu sedikit beban suami saya.”⁸⁰

b. Bagi Konsumen.

Berikut wawancara yang saya lakukan pada seorang konsumen bawang goreng Medan Crispy 22, berikut uraiannya:

Hal ini diungkapkan oleh Bapak Karyo seorang penjual bakso, berikut jawabannya:

“Ya bagus ya ada usaha ini, apalagi harga yang dipatok cukup terjangkau ya sama sama saling menguntungkan saja kan sama sama sebagai penjual, kualitasnya juga baik bawang goreng ini, kalo untuk varian rasa untuk bakso saya pakai yang original saja.”⁸¹

⁷⁹ Wawancara dengan Ibu Daniyah karyawan bagian penggorengan, Wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 12 Oktober 2018.

⁸⁰ Wawancara dengan Ibu Sumi karyawan bagian pengemasan, Wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 12 Oktober 2018.

⁸¹ Wawancara dengan Bapak Karyo seorang konsumen Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Warung Bakso 22 pada tanggal 14 Oktober 2018.

c. Bagi Masyarakat muslim sekitar.

Berikut wawancara yang peneliti lakukan pada seorang tetangga sekitar Medan Crispy 22, berikut uraiannya:

Hal ini dingkapkan oleh Ibu Niar seorang ibu rumah tangga sekitar Medan Crispy 22, berikut jawabannya:

*“Baiklah bagus juga ada usaha bawang goreng ini disini, kan bisa membuka lapangan pekerjaan bagi ibu-ibu rumah tangga sekitar kan bisa nambah-nambahin buat keperluan mereka, se jauh ini sangat positif usaha ini untuk lingkungan sekitar sini.”*⁸²

Berdasarkan pemaparan dari informan di atas, mereka sangat senang dengan adanya usaha ini. Karena dengan adanya usaha ini perekonomian keluarga mereka menjadi lebih baik dari sebelumnya. Serta usaha ini juga membawa pengaruh yang baik dan positif untuk orang-orang sekitar usaha Medan Crispy 22.

2. Hasil Wawancara.

Pengaruh usaha ini terhadap masyarakat sekitar adalah sangat berpengaruh dan membawa efek yang sangat positif, berikut ada beberapa pengaruh yang dapat peneliti simpulkan dari hasil wawancara diatas, yaitu sebagai berikut:

a. Mengatasi pengangguran.

Usaha ini memperkerjakan para ibu-ibu rumah tangga sekitar Medan Crispy 22, usaha ini membuktikan bahwa ibu-ibu rumah tangga juga dapat bekerja dirumah dengan mengupas bawang dan pekerjaan yang bisa dibawa pulang kerumah masing-masing.

b. Membangun perekonomian.

⁸² Wawancara dengan Ibu Niar seorang tetangga sekitar usaha Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Komplek Perumahan pada tanggal 14 Oktober 2018.

Usaha ini sangat membantu perekonomian masyarakat sekitar terutama ibu-ibu rumah tangga sekitar yang bisa membantu suaminya bekerja dan memperbaiki perekonomian mereka.

Tabel 4.1
Potensi Usaha Bawang Goreng di Medan Crispy 22

Jenis Indikator	Jenis Usaha	Keterangan
Prospek	Bawang Goreng	<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan terus meningkat • Dukungan dari semua pihak • Pasar ekspor • Cita rasa yang khas dan jaminan bahan baku yang berkualitas • Harga yang terjangkau dan ketersediaan tenaga kerja yang terampil • Pengembangan produk yang inovatif dan pembeli yang menjadi pelanggan • Perkembangan teknologi dan terbukanya pasar ekspor • Kerjasama kemitraan dengan pengusaha lain • Minat beli masyarakat yang semakin tinggi • Harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik.
Faktor Penghambat		<ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku yang kadang sulit • Banyaknya pesaing • Ketergantungan dengan pemasok

		bahan baku
Pendapat Masyarakat		<ul style="list-style-type: none"> • Mengatasi pengangguran • Membangun perekonomian

Sumber : Data Olahan 2018

Adanya keyakinan bahwa usaha yang dijalankan akan berhasil dengan baik merupakan faktor yang mendorong berkembangnya usaha ini, dengan adanya keyakinan tersebut akan dapat meningkatkan semangat dan gairah kerja yang tinggi. Usaha bawang goreng ini tetap eksis sampai sekarang karena ada beberapa faktor yang mendukung seperti yang telah dijelaskan diatas yaitu: cita rasa bawang goreng yang khas dan jaminan bahan baku yang berkualitas, harga yang terjangkau dan ketersediaan tenaga kerja yang terampil, pengembangan produk yang inovatif dan pembeli yang menjadi pelanggan, perkembangan teknologi dan terbukanya pasar ekspor, kerjasama kemitraan dengan pengusaha lain, minat beli masyarakat yang semakin tinggi, harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik.

Usaha ini juga tidak terlepas dari penghambat yang dihadapi dalam menjalani dan mengembangkan usaha tersebut, adapun hambatannya yaitu: bahan baku yang terkadang sulit dan bahkan harga bahan baku yang naik tidak karuan, banyaknya pesaing dan ketergantungan dengan pemasok bahan baku.

Namun dibalik semua hambatan yang dihadapi oleh pengusaha dalam menjalankan usahanya, keberadaan usaha bawang goreng ini sangat membantu kehidupan dan sangat berperan penting dalam meningkatkan perekonomian dan mengatasi pengangguran yang ada disekitar usaha ini.

D. Pemasaran Usaha Bawang Goreng Berdasarkan Perspektif Islam.

Sebagaimana yang diketahui bahwasannya Islam tidak pernah memisahkan ekonomi dengan etika. Manusia muslim, baik sebagai individu maupun kelompok dalam lapangan ekonomi dan bisnis disatu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun disisi

lain, is terikat dengan iman dan etika sehingga tidak bisa bebas mutlak dalam menginvestasikannya. Begitu juga pemasaran, nilai etika keislaman tidak bisa dipisahkan dengan seluruh media pemasaran dalam rangka memasarkan produk kepada calon pembeli.⁸³

Pemasaran yang dilakukan oleh usaha bawang goreng di Medan Crispy 22 dalam memasarkan produknya berada dalam koridor-koridor syariah yang mengacu pada Al-Qur'an dan hadis sebagai sumber utama. Dalam arti pemasaran yang dilakukan oleh Medan Crispy 22 tidak akan merugikan salah satu pihak karena dilandasi oleh nilai-nilai kejujuran, amanah (tanggung jawab), tepat waktu dan empati yang dijalankan dengan prinsip keadilan, wajar dan rasional sehingga terwujud pemberdayaan ekonomi umat. Contohnya dalam menjual barang dagangannya, perusahaan tidak mencampurkan bahan-bahan yang dilarang Islam dalam proses produksinya. Dalam promosi Medan Crispy 22 tidak menjelekkkan pesaingnya, karena pada dasarnya pesaing juga saudara kita.

Untuk lebih jelasnya penulis mencoba menganalisa bagaimana pandangan Islam terhadap pemasaran yang dilakukan oleh Medan Crispy 22:

a. Produk

Bawang goreng di Medan Crispy 22 berusaha untuk memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas terbaik bagi para konsumennya, yaitu dengan menjaga kualitas dan kekhasan produk yang dijual sehingga konsumen tetap menaruh kepercayaan kepada Medan Crispy 22, bahwa produk yang dijual dijamin kekhasannya dan kehalalannya.

Dan dalam pelayanannya Medan Crispy 22 memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya, hal ini sesuai dengan ajaran Islam dimana Islam menganjurkan kepada umatnya agar memberikan sesuatu yang terbaik bagi sesamanya, serta berlomba-lomba meningkatkan kualitas dan

⁸³ Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Mizan Media Utama cet. 10, 2016), h. 35.

kuantitas jasa yang diperjual belikan tanpa adanya unsur tipuan. Sebagaimana dalam QS. Al-Maidah ayat 3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ أَلْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ ﴿٣﴾

Artinya: “Diharamkan bagimu bangkai, darah, dan daging babi” (QS. Al-Maidah: 3)⁸⁴

b. Harga

Islam membolehkan masalah penetapan harga jual dalam perusahaan, asalkan dalam hal jual beli terjadi rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut. Usaha bawang goreng di Medan Crispy 22 dalam menetapkan harga tidak selalu harus lebih rendah dan harga pesaingnya, karena daat merusak harga yang ada dipasaran. Manajemen perusahaan telah memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan selama produksinya, sehingga perusahaan dapat menentukan harganya dan tidak menjadi permasalahan selama konsumen rela sama rela. Sebagaimana dalam QS. An-Nisaa' ayat 29 berikut ini:

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ؕ

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ؕ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, keeuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama suka di aniara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisaa’: 29)⁸⁵

⁸⁴ Departement Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2011), h.107.

⁸⁵ *Ibid.*, h.83.

c. Promosi

Strategi yang dilakukan oleh Medan Crispy 22 dengan bekerjasama dengan perusahaan lain dan memasukkan produknya ke pasar-pasar modern ataupun perhotelan. Semua kegiatan yang dilakukan oleh Medan Crispy 22 sebenar-benarnya dan tidak ada yang dilebih-lebihkan. Dalam hal promosi tersebut adalah sah dilakukan selama penyampaian dan dari isi promosi tersebut yang jujur, benar, dan tidak mengumbar sumpah ataupun menipu dan tidak melebih-lebihkan sesuatu demi mendapatkan keuntungan yang banyak seperti dalam QS. Al-Maidah ayat 87 berikut ini:

يَتَأْتِيهِمُ الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas”*. (QS. Al-Maidah: 87)⁸⁶

d. Tempat

Dalam pendistribusiannya Medan Crispy 22 bekerjasama dengan perusahaan makanan yang bahan pelengkapya menggunakan bawang goreng, serta supermarket-supermarket dan perhotelan. Perusahaan tidak menghalalkan segala cara terhadap pesaing lain dalam rangka memperluas jangkauan pemasarannya dan sesuai dengan syariah dalam memperoleh keuntungan nya seperti QS. Al-Hasyr ayat 7 berikut ini:

يَتَأْتِيهِمُ الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّ مِنْ أَزْوَاجِكُمْ وَأَوْلَادِكُمْ عَدُوًّا لَكُمْ فَاحْذَرُوهُمْ وَإِنْ تَعَفَّوْا وَتَصَفَّحُوا

وَتَغْفِرُوا فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٧﴾

⁸⁶ Ibid., h.122.

Artinya: “Apa saja harta rampasan yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya”. (QS. Al-Hasyr: 7)⁸⁷

Demikianlah analisis yang penulis coba uraikan terhadap strategi pemasarannya yang diterapkan dan dijalankan oleh Medan Crispy 22 tidak ada yang menyimpang nilai-nilai dan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh Islam dan Medan Crispy 22 merupakan perusahaan yang berprinsip Islam dalam menjalankan usahanya.

⁸⁷ *Ibid.*, h.546.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengembangan industri kuliner pada usaha bawang goreng di Medan Crispy 22, maka penulis mengambil kesimpulan:

1. Usaha bawang goreng di Medan Crispy 22 ini mempunyai prospek yang baik untuk dikembangkan dimasa yang akan datang, hal ini terlihat jelas bahwa setiap tahunnya usaha ini terus mengalami peningkatan dalam penjualannya.
2. Prospek dan faktor penghambat usaha bawang goreng di Medan Crispy 22. Dimana prospek nya adalah cita rasa bawang goreng yang khas dan jaminan bahan baku yang berkualitas, harga yang cukup terjangkau dan ketersediaan tenaga kerja yang terampil, pengembangan produk yang inovatif dan pembeli yang menjadi pelanggan, perkembangan teknologi dan terbukanya pasar ekspor, kerjasama kemitraan dengan pengusaha lain serta minat beli masyarakat yang semakin tinggi, kesadaran konsumen terhadap kesensitifan harga dan kualitas produk yang baik, dan penjualan yang terus meningkat.
3. Dimana faktor penghambatnya adalah bahan baku yang terkadang sulit, banyaknya pesaing, ketergantungan dengan pemasok bahan baku, serta perubahan selera konsumen.
4. Pendapat masyarakat terhadap usaha bawang goreng di Medan Crispy 22 ini sangat positif. Dimana dengan adanya usaha ini masyarakat disana sangat terbantu untuk mengurangi pengangguran. Ibu rumah tangga juga dapat membantu suaminya untuk memenuhi kebutuhan hidup dan membangun perekonomian masyarakat disekitar usaha ini.

B. Saran

Dari kesimpulan di atas dan wawancara penulis dengan responden dilapangan, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, diharapkan perusahaan seiring dengan berkembangnya usaha untuk tetap dapat menjaga kualitas produknya dengan tetap konsisten memberikan yang terbaik untuk konsumen dengan memberikan bahan baku yang berkualitas dan terus melakukan inovasi sehingga produknya dapat tetap eksis dipasaran.
2. Bagi masyarakat, diharapkan dengan adanya usaha ini menjadikan masyarakat yang lebih produktif dan tenaga ahli yang handal. Karena untuk kemajuan sebuah perusahaan dilihat juga bagaimana karyawan/masyarakat yang dipekerjakan pada usaha itu.
3. Bagi akademis, diharapkan dapat menambah perbendaharaan ilmu bagi civitas akademik pendidikan, khususnya tentang pengembangan usaha dalam meningkatkan penjualan.
4. Bagi peneliti, diharapkan bahwa hasil penelitian ini mampu menjadi sebuah referensi bagi masyarakat yang ingin mengembangkan usahanya atau bagi pelaku usaha yang baru ingin memulai usahanya.

DAFTAR PERTANYAAN

A. Pemilik Bawang Goreng “Medan Crispy 22”.

1. Sudah berapa lama Bapak membuka usaha ini?
2. Apa alasan Bapak untuk membuka usaha ini?
3. Apa yang membedakan usaha bawang goreng ini dengan bawang goreng lainnya?
4. Dari awal berdirinya hingga sekarang adakah perkembangan yang dialami oleh usaha ini, kalau ada dalam bagian apa?
5. Dari awal berdirinya hingga sekarang, apakah terus mengalami kenaikan ataukah mengalami penurunan dalam penjualannya?
6. Apa yang menjadi kendala dalam produksinya?
7. Apa harapan Bapak dikedepannya terhadap usaha ini?
8. Apa yang menjadi pendukung usaha bawang goreng ini?
9. Dalam hal bahan baku, bagaimana Bapak memperolehnya?
10. Apakah usaha ini terus melakukan inovasi dalam mengembangkan usahanya?
11. Bagaimana perusahaan dalam menetapkan harganya?
12. Bagaimana cara pendistribusiannya dan apakah perusahaan sudah bekerja sama dengan pihak ekspedisi dalam memasarkan produknya?
13. Bagaimana cara Bapak untuk mempertahankan produknya agar tetap eksis dipasaran?
14. Dalam promosi yang dilakukan, kegiatan atau media apa saja yang dilakukan oleh usaha ini dalam memasarkan produknya?
15. Apa yang menjadi penghambat dalam usaha ini?
16. Produk apa saja yang menjadi pesaing dari daerah ini?

B. Masyarakat/karyawan Bawang Goreng “Medan Crispy 22”.

1. Apa yang menjadi alasan anda untuk bergabung pada usaha ini?
2. Apakah usaha ini membantu meningkatkan perekonomian, khususnya bagi keluarga sendiri?

3. Apakah adanya usaha ini dapat mengatasi pengangguran khususnya masyarakat yang berada di sekitar usaha ini?
4. Apa pendapat ande dengan adanya usaha ini?

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Penerbit Diponegoro, 2011.
- Alamsyah, Yuyun. *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008.
- Algaoud, Latifa M dan Mervyn. *Perbankan Syariah*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2005.
- Alwi, Hasan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2003.
- Amrin, Abdullah. *Asuransi Syariah*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2007.
- Arundam, Ryanto. *Pengertian Kuliner*. Dalam Kanal Info. 18 Mei 2015.
- Aziz, Adul dan Burhan Bungin. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, edisi pertama, 2005.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islami Tatanan Teoritis dan Praktis*. Malang. UIN Alang Press, 2008.
- Gerardiansyah, Ario. *Kuliner Menurut Para Ahli* dalam Jurnal Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Oktober 2014.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset, 1989.
- Herdiansya, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif* Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- J, Kirk dan Miller M.L. *Reliability and Validity in Qualitative Research*. Beverly Hills: Sage Publications, 1986.

Kartajaya, Hermawan dan M. Syakir Sxula, *Syariah Marketing*. Mizan Media Utama, cetakan 10, 2016.

Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, cetakan 31, 2013.

Philip, Kotler. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: PT. Indeks, 2009.

Rahman, Fadly *dejak Rasa Nusantara*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016.

Ramadhan, Hendry E. *99 Ide Bisnis Kreatif di Dunia*. Jakarta: Penebar Plus, 2010.

Rangkuti, Freddy. *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2002

Sayuti, Jalaluddin A. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Alfabeta, 2007.

Sholeh, Mohammad. *Analisis Strategi. Inovasi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan* UNDIP. Semarang, 2008.

Siddiqi, Muhammad Nejatullah. *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, 1991.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, cet 10, 2010.

Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses, Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba, 2006.

Suryani, Ani. *Bisnis Kue Kering*. Jakarta: Niaga Swadaya, 2010.

Tohar, M. *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Kanisius, 2000.

Widiyono. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, edisi kedua, 2013.

Wawancara dengan Bapak Koad Chamdi, pemilik Usaha Bawang Goreng Medan Crispy 22, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 09 Oktober 2018.

Wawancara dengan ibu Sumiya karyawan bagian pemotongan, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 12 Oktober 2018.

Wawancara dengan ibu Sarah karyawan bagian pengupasan, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 12 Oktober 2018.

Wawancara dengan ibu Daniyah karyawan bagian penggorengan, wawancara dilakukan di Medan Crispy 22 pada tanggal 12 Oktober 2018.

<http://zarkasih20.blogspot.com/2013/02/kulinerdalamtinjauansyariah>
(25 September 2018).

https://id.m.wikipedia.org/wiki/bawang_goreng (25 september 2018).

<https://artikelbawang.blogspot.com/2016/10/asal-usul-sejarah-tanaman-bawang.html>. (15 Oktober 2018)

<https://www.google.co.id/pecelkembangturi.wordpress.com/2013/11/14/manfaat-bawang-goreng-bagi-kesehatan>.(15 Oktober 2018).

<https://www.google.co.id/manfaat.co.id/manfaat-bawang-merah-goreng>.(15 Oktober 2018).

<http://www.pemkoMedan.go.id/infodata.php>. (10 Juni 2018).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Tio Astri Aulia Matondang
2. Nim : 51143148
3. Tempat/Tgl Lahir : Medan, 13 November 1996
4. Pekerjaan : Mahasiswi
5. Alamat : Jl. A. R. Hakim gg.Kolam

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan TKA Ulumul Qur'an Berijazah Tahun 2002
2. Tamatan SD Al-Ulum Berijazah Tahun 2008
3. Tamatan MtsN 1 Model Medan Berijazah Tahun 2011
4. Tamatan MAN 1 Medan Berijazah Tahun 2014
5. Tamatan UIN Sumatera Utara